بحوث جامعية فى الإعلام

سلسلة دراسات وبحوث إعلامية (٤)

بحوث جامعية فى الإعلام

تاليف

د. سحر محمد وهبى

مدرس الصحافة والإعلام

كلية الاداب بسوهاج

دار الفجر للنشر والتوزيع

القاهرة

الطبعة الاولى
1996م

رقم الايداع
94 - 10735
I . S . B . N
977-246- 0/2 -2

دار الفجر للنشر والتوزيع

5 شارع التيسير – نهاية شارع الملك فيصل – الهرم – مصر
ت / فاكس : 3831972

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ربنا لا تؤاخذنا إن نسينا أو أَخْطَأْنَا﴾

صدق الله العظيم


To: www.al-mostafa.com

تقديم

تنبع أهمية هذه الدراسة من أنها أول محاولة لمسح جهود قسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج فى مجال إثراء الدراسات الاعلامية منذ انشاء القسم وحتى أكتوبر ١٩٩٤م ولعلها فى الوقت نفسه المحاولة الأولى على مستوى الأقسام النظرية بالجامعة .

وقد جاءت هذه المحاولة فى وقتها المناسب ، فقد آن لنا أن نرصد ماذا قدمت الجامعة لخدمة المجتمع . وواقع هذه الدراسة ينبئ بأنها قدمت الكثير. نرجو بمشيئة الله أن تكون مساهمتنا فى مجال خدمة وتنمية وتطوير المجتمع المصرى عامة وجنوب الصعيد خاصة أكثر وأكثر .

ونرجو فى الوقت نفسه كافة الجهات المهنية أن تستفيد من توصيات كل هذه البحوث ، وأن تبادر الاقسام العلمية الاخرى بعمل مثل هذه الدراسات لاهميتها التى تحقق التلاحم بين اجيال الباحثين .. وترفع مستوى الاداء للممارسين بما ينعكس فى النهاية على مجتمعنا بالرفاهية والرخاء

والله ولى التوفيق ،،،

أ.د / محمد رأفت محمود

رئيس جامعة جنوب الوادى

شكر وتقدير

لايسعنى وأنا اقدم للقارى العزيز هذا العدد من سلسلة دراسات وبحوث اعلامية إلا أن اتقدم بخالص شكرى وتقديرى للاستاذ الدكتور / محمد رافت محمود – رئيس جامعة جنوب الوادى وللاستاذ الدكتور / أحمد عبد الله السماحى – نائب رئيس الجامعة للدراسات العليا والبحوث والمشرف على فرع الجامعة بسوهاج على على صادق دعمهما وتشجيعهما لى على إصدارهذا العدد ودعمهما لجهود قسم الصحافة من أجل الاستمرار فى إصدارهذه السلسله.

وأخص بالشكر والتقدير أستاذى الدكتور / محمد منير حجاب رئيس قسم الصحافة الذى قدم لى كل العون وساعدنى بالراى والفكر والنصيحة وكذلك زملائىاعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بقسم الصحافة.

كما اتقدم بمزيد من الشكر والعرفان الى دار الفجر للنشر والتوزيع علىتفضلها بنشر هذه السلسلة.

أسال المولى عز وجل ان ينفع بهذا العمل وان يجد فيه قارئه ما يفيد ، وأن يغفر لنا ان كان ثمة تقصير فقد حاولنا واجتهدنا .

والله ولى التوفيق ،،،

د. سحر محمد وهبى

الفهرس

دراسة تحليلية

أولا : مشكلة الدراسة وأهميتها :

تأتي هذه الدراسة في إطار سلسلة الدراسات الرائدة التي بدأتها كلية الإعلام لتقويم بحوث الإعلام للتعرف على مشكلاتها ، وخاصة بعد الطفرة التي شهدتها البحوث الإعلامية في مصر منذ السبعينات وذلك بعد تحويل قسم الصحافة بكلية الآداب جامعة القاهرة إلى معهد ثم كلية للإعلام وبعد إنشاء أقسام للصحافة والإعلام خارج العاصمة ، ومنها قسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج – جامعةأسيوط – والذى بدأت به الدراسة بمرحلتيها الجامعية والعليا دفعة واحدة اعتبارا من العام الجامعي ١٩٧٧/١٩٧٦م . وقد بلغ عدد رسائل الماجستير والدكتوراة التي أجازها القسم منذ إنشائه وحتى أكتوبر عام ١٩٩٤م (١٨) رسالة ماجستير و (١٣) رسالة دكتوراة . أى ما مجموعه (٣١) رسالة .

أما عدد الرسائل المقيدة به ولم تمنح بعد فتبلغ (١٤) رسالة ماجستير و (٨) رسالة دكتوراه أى ما مجموعه (٢٢ رسالة).

وتأتي هذه الدراسة استكمالا للجزء الخاص من رسالتي الدكتوراة والتي تعرضت فيها لتقويم بحوث الإعلام التنموى التي أجازتها كلية الإعلام وأقسام الصحافة والإعلام في مصرحتى نهاية عام١٩٨٩م .

ونتعرض في هذه الدراسة لتقويم كافة الرسائل العلمية التي منحها قسم صحافة سوهاج منذ إنشائه وحتى أكتوبر عام ١٩٩٤م في محاولة لمسح هذا التراث لتجنب التكرار ما أمكن وتأكيدا لنواحي الجدة ولإبراز الاتجاهات الرئيسية لتلك الدراسات وتصنيفها وفقا لطبيعة الدراسة ونوعها ومناهجها ووفقا لأدوات جمع البيانات وأساليبها ووفقا لعناصر عملية الاتصال .

وتنبع أهمية الدراسة من حيث كونها تمثل أول محاولة لمسح جهود قسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج في مجال إثراء الدراسات الإعلامية وللتعرف على ملامح هذه المساهمات وتقويمها ولضرورتها من ناحية أخرى لتطوير سياسة الدراسات العليا بالقسم عند تحديد

مجالات البحث التى تحتاج إلى مزيد من الدراسة والمناهج والأساليب البحثية الملائمة لتحقيق أهداف هذه السياسات .

ثانيا : الإطار المرجعى للدراسة :

يتضمن الإطار المرجعى للدراسة استعراض أهم الدراسات العربية والأجنبية التى تعرضت لتقويم بحوث الإعلام وأهمها ما يلى :

١ - الدراسة الخاصة بالاتصال والتنمية " قائمة مراجع مختارة حول الاتصال والتنمية الريفية "(١) : وقامت بهذه الدراسة كلية الإعلام فى إطار مشروع بحث الاحتياجات الاتصاليه من أجل التنمية الريفية فى مصر ضمن برنامج التخطيط التكنولوجى التى تشرف عليه جامعة القاهرة ومعهد ماساشوتس للتكنولوجيا .

واشتملت الدراسة على قسمين ، تضمن القسم الأول مقدمة وتحليل ، وهو عبارة عن دراسة وصفية للبحوث المتصلة بالتنمية التى تم اختيارها للدراسة وتبلغ (٤٩) دراسة ميدانية قام بها باحثون مصريون وتتصل بالتنمية الريفية ، وتم تصنيفها وفقا للموضوع إلى أربع مجالات هى :

* بناء الاتصال ودوره فى المجتمع الريفى .
* الإرشاد الزراعى .
* القيادة المحلية .
* الهجرة الداخلية .

كما تعرضت للمناهج المستخدمة فى هذه الدراسات وإلى أهمية ما توصلت إليه هذه البحوث من نتايج عند التخطيط لسياسات التنمية الريفية .

وخلصت الدراسة بمقترحات حول الخط الذى يجب أن تتبناه أبحاث الاتصال الريفى فى المستقبل ومن أهمها ما يلى :

١- الاعتماد بدرجة أكبر على أساليب الملاحظة والتجريب الميدانى للتعرف على كيفية تفاعل الفرد مع الرسالة الإعلامية فى إطار الجماعة التى ينتمى إليها من ناحية ودرجة الاختلاف بين الاتجاه والسلوك من ناحية أخرى .

٢ - ضرورة وضع سياسة أو خطة عامة للدراسات الإعلامية تفاديا للإذدواج والتكرار وضياع جهود الباحثين وضمانا لتوجيه البحوث نحو حل مشكلات المجتمع .

٣ - زيادة الاعتماد على أسلوب الفريق ، حيث تتاح الفرصة لتعاون وتفاعل الباحثين من تخصصات علمية متنوعة فى القيام بدراسات الاتصال الريفى .

٤- أن تهتم أبحاث الاتصال الريفى بأدوات الاعلام الصغيرة وآثارها على الفلاحين ودورها فى التنمية الريفية .

٥- أن تهتم أبحاث الاتصال الريفى ضمن دوائر اهتمامها بموضوع تحديد احتياجات الجماعة والفرد من وسائل الاعلام وبيان كيفية توظيف التكنولوجيا الجديدة فى اشباع تلك الاحتياجات .

وبالنسبة للقسم الثانى من الدراسة فعبارة عن مستخلصات لـ (٤٩) دراسة منها (٤٠) دراسة لنيل درجات علمية من أقسام الإعلام والاجتماع والإرشاد الزراعى تم استعراضها وفقا لنسق ثابت تضمن مشكلة الدراسة وأهميتها وأهداف البحث ومنهجه ونتائجه .

٢ – بحوث الصحافة فى مصر (٢) :

تتناول هذه الدراسة استعراضا لعينة عشوائية من البحوث الإعلامية فى مصر بهدف توفير المعلومات المتصلة بالإعلام ووسائله وتصنيفها لمساعدة الباحثين على إجراء بحوثهم دون الحاجة الى تجميع معطيات أو بيانات .

وقد تم تصنيف البحوث الخاصة بعينة الدراسة وفقا لما يلى :

١ – عناصر عملية الاتصال : واشتملت على :

* بحوث القائمين بالاتصال ونسبتها ٨٪ من جملة البحوث بعينة الدراسة .
* بحوث الوسيلة الإعلامية وتمثل ٣٧٪ من جملة البحوث بعينة الدراسة .
* بحوث تاثير الوسيلة ونسبتها ٤١٪
* بحوث جمهور الوسيلة ونسبتها ١٤٪

وبالنسبة للاجراءات المنهجية فقد تم تصنيف البحوث بعينة الدراسة وفقا للمعايير الآتية :

* عينات البحوث
* أدوات جمع البيانات .
* نتائج البحوث

٣ – الجوانب المنهجية والإجرائية لبحوث الصحافة فى مصر (٣) :

دراسة تحليلية لخطط رسائل الماجستير والدكتوراه المسجلة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وقد خلصت الباحثة من خلال دراستها إلى مجموعة خصائص تحدد الملامح العامة للدراسات الصحفية وأهمها :

- أن بحوث الصحافة قاصرة عن تناول مجالات بحثية عديدة وبخاصة تلك المرتبطة بأخلاقياتها ونظم ملكيتها وإدراتها وبحوث الأثر الطويل المدى والبحوث المقارنة وبحوث اختبار الفروض المتبلورة من نتائج بحوث أخرى .

- انصرف البحث العلمي في مجال الصحافة عن قضايا المجتمع واحتياجاته.
- غموض الرؤية على مستوى المنهج والإجراءات ، سواء على مستوى درجتي الماجستير والدكتوراة أو على مستوى التصنيفات المختلفة لأنواع البحوث الإعلامية والصحفية أو على مستوى المناهج والأدوات البحثية والخطوات الإجرائية الخاصة بتحديد مجتمع البحث ومفاهيمه ومصطلحاته.
- ضرورة تدعيم ركائز الصحافة كعلم من خلال إعادة النظر في إعداد الباحث العلمي في مجال الصحافة ومحاولة وضع الأسس النظرية والمنهجية التي تتفق والاحتياجات البحثية في مجال الصحافة .

٤ – مشكلات المنهج في الدراسات الاعلامية وبحوث الصحافة(١) :

كان أبرز القضايا في هذا البحث ما يلي :

- أن هناك بعض المجالات البحثية في الصحافة تقتضي مزيدا من الاهتمام مثل دراسات الجوانب التسويقية والإدارية والإعلان والجوانب الأخلاقية وسياسات الاتصال والتشريعات الصحفية ودراسات الرأى العام والدعاية والصحافة الدولية والطباعة والإخراج الصحفي .
- ضرورة إعادة كتابة تاريخ الصحافة المصرية بالشكل الذي يغطي الفترات المختلفة للصحافة المصرية منذ إنشاء الوقائع المصرية سنة ١٨٢٨م ، فكثيرا من الدراسات التي أجريت على صحف بعينها أو كتاب بعينهم كانت تغطي في النهاية فترات معينة وقد أدى ذلك بالطبع إلى وجود بعض الثغرات في فترات معينة.
- إن كثيرا من البحوث التي درست التحرير الصحفي والصحافة المتخصصة ركزت في دراستها على المنظور التاريخي ولم تهتم بدراسة الواقع الراهن. والسعي لتطوير هذه الفنون مستقبلا يقتضي ضرورة الاهتمام بدراسة هذه الجوانب .
- إن الحاجة ماسة إلى استخدام مقاييس علمية تجريبية دقيقة لدراسة فن التحرير الصحفي وفن الإخراج الصحفي مما يمكن معه اختبار مدى صلاحية كثير من التقنيات التي تأخذ

بها كمسلمات طبقت وجربت فى الخارج على جمهور مختلف ومجتمع مختلف وبصفة خاصة ما يمكن أن يطلق عليه بحوث قياس القارئية والمقروئية •

- ضرورة التكامل فى إستخدام الأدوات البحثيـة للإستفادة مـن مزايـا كـل أداة وتلافى عيوبها . وأن يصبح المنهج التكاملى هـو الأسـاس فـى بحـوث الصحافة وهـو مـا يتيح الفرصة للخروج بنتائج ودلالات أكثر دقة وموضوعية •
- ضورة وضع سياسة بحثية لبحوث الصحافة علـى مستوى مصر وتشجيع البحوث الجماعية للوصول إلى نتائج أكثر عمقا •

٥ – رسائل جامعية فى الإعلام (٥) :

وهو عبارة عن سجل لرسائل الماجستير والدكتوراه التى أجيزت بقسم العلاقات العامة والإعلان بالإضافة إلى الرسائل المسجلة بالقسم . وتتضمن موجزا لكل رسالة يشمل المنهج والمحتوى والنتائج بغرض توفير المعلومات للباحثين والممارسين الإعلاميين بما يساعدهم على الارتفاع بمستواهم المهنى ويساعد فى الوقت نفسه للباحثين على التعرف علـى الموضوعات التى تم بحثها والاستفادة مما إنتهى إليه الآخرون •

٦ – تطبيقات استخدام أسلوب تحليـل المضمـون فـى الدراسـات الإعلاميـة فـى مصر (٦) :

وتتناول هذه الدراسة البحوث الإعلامية التى استخدمت تحليل المضمون وتشتمل على ١٩ رسالة ماجستير ودكتوراة ودراستين صدرتا فى كتابين وبعض الدراسات التى أجريت بوحدة بحوث الرأى العام والإعلام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية •

وتعرضت الدراسة لتقييم الاجراءات المنهجية لتحليل المضمون مع تقديم أمثلة مـن واقع هذه الدراسات وخلصت هذه الدراسة بملاحظات هامة على استخدام تحليـل المضمـون فـى الدراسات الإعلامية تضمنت الإشـارة إلى الظـروف الخاصـة بواقـع هـذا الأسـلوب البحثى

بالنسبة للباحثين والمشرفين وإلى أن هناك جهدا قد بذل في كثير من الرسائل والبحوث لتطوير تحليل المضمون . وأن بعض الباحثين قد أضافوا إلى الاستخدامات الشائعة لتحليل المضمون بعدا جديدا من واقع أهداف دراساتهم ، كما أن البعض استخدمه كمحاولة لتغطية ضحالة ثقافاتهم أو للإنتهاء سريعا من بحوثهم أو وسيلة للهروب من الإدلاء بآرائهم في تفسير الظواهر محل الدراسة .

وانتهت الدراسة إلى أن المدرسة المصرية في تحليل المضمون وإن كانت اعتمدت أساسا على المدرسة الأمريكية الا أنه قد بدأت تتضح لها معالم جديدة وإن لم تأخذ بعد شكلا نظريا فقد بدأت ذلك بشكل عملي وتطبيقي وربما تشهد السنوات القليلة القادمة إثراءا وإضافة نظرية لتحليل المضمون من جانب العلماء المصريين .

٧ – الإعلام والشباب " بيلوجرافية تحليلة مختارة للإنتاج الفكرى العربى (٧) :

وتهدف هذه الدراسة إلى حصر وتحليل الانتاج الفكرى العربى فى موضوع الإعلام والشباب حتى نهاية عام ١٩٨٢م (الكتب والدراسات والرسائل الجامعية ومقالات الدوريات الإعلامية المتخصصة) .

وكان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلى :

- قلة الإنتاج العربى الخاص بالإعلام والشباب حيث بلغ (١٦) قطعة ما بين كتاب ورسالة جامعية ودراسة ميدانية ومقال فى دورية إعلامية متخصصة وهى تمثل نسبة (٠,٥٪) من الانتاج الفكرى العربى فى مجال الإعلام و (٢٪) من الانتاج الفكرى العربى فى مجال الشباب .
- تستاثر مصر بنحو ٣١,٢٥٪ من الانتاج الفكرى العربى فى مجال الإعلام والشباب ويتضمن دراسات ورسائل جامعية وكتب .

- تركز معظم الدراسات على التليفزيون ٣٧,٥٠ ٪ يليه الراديو ٣١,٢٥٪ ونالت السينما كوسيلة اتصال أقل اهتمام مع عدم وجود دراسة تتناول وسائل الإعلام المكتوبة (الصحف والمجلات العامة والمتخصصة) ٠
- نالت دراسات الجمهور أكبر اهتمام حيث بلغت نسبتها ٤٣,٧٥ ٪ والقائم بالاتصال ٦,٢٥٪ بينما لم ينل المضمون أى اهتمام من الانتاج الفكرى العربى فى مجال الإعلام والشباب ٠
- قلة الرسائل الجامعية التى تناولت موضوع الإعلام والشباب ٠

واقترحت الدراسة عدة بحوث تحتاج إليها المكتبة العربية فى مجال الإعلام والشباب منها :

- بحوث تستهدف التأريخ للإعلام الشبابى المقروء والمسموع والمرئى ٠
- بحوث تستهدف التعرف على تعرض الشباب لوسائل الإعلام من حيث : مدى التعرض لأنماط التعرض ووسائله وعادات التعرض ومعوقات التعرض الاتصالى ٠
- بحوث تستخدف التعرف على مدى تعرض الشباب العربى بكافة قطاعاته لوسائل الإعلام الأجنبية ٠
- بحوث تستهدف التعرف على أفضل وسائل وأساليب الاتصال بالشباب العربى خارج بلاده ووسائل ربطه بمجتمعه ٠
- بحوث تستهدف التعرف على مضمون الإعلام الشبابى ٠
- بحوث تستهدف دراسة القائم بالاتصال فى مجال الإعلام الشبابى ٠
- بحوث تستهدف التعرف على دور وسائل الإعلام فى إمداد الشباب بالمعلومات والآراء والإتجاهات والقيم ٠
- بحوث تستهدف التعرف على دور وسائل الاعلام فى تدعيم اتجاهات العنف عند الشباب

٨ – تحليل مضمون بعض البحوث الإعلامية في دورتين أمريكيتين (٨) ٠

قام بهذه الدراسة باحثان هما Brown & Giemertin لتحليل مضمون بعض البحوث الإعلامية التي نشرت في دورتين أمريكيتين للتعرف على جوانب القصور سواء الموضوعي أو المنهجي وانتهت إلى نتائج عديدة أهمها :

- نقص الدراسات في موضوعات هامة مثل دور الإعلام في مجال التغيير الاجتماعي٠
- اعتماد الباحثين على وسائل وأساليب بحثية محدودة مقارنة بالباحثين في مجال علم النفس الذين يعتمدون على أساليب بحثية كثيرة ذات أهمية في مجال الدراسة ٠
- اعتماد ٥٠٪ من الدراسات على الاستقصاءات والمقابلات لقياس الاتجاهات والآراء والمعلومات ٠

١٠ – وقد دفعت هذه المؤشرات العامة بعض الباحثين إلى القيام بإجراء دراسات أكثر عمقا على البحوث الإعلامية المنشورة في الدوريات العلمية في أمريكا وأهمها :

* دراسة Dennis T. Lawer بعنوان :" تقويم للبحوث المنشورة في سبع دوريات علمية في السبعينيات " قدمها في المؤتمر السنوى للجمعية الدولية للإعلام (I . C . A) في شيكاغو في أبريل عام ١٩٧٨م وقام فيها بدراسة تقويمية لبحوث الإعلام والطرق البحثية المستخدمة فيها والتي نشرت في سبع دوريات علمية لبحوث الإعلام في أمريكا في الفترة من ١٩٧٠ م إلى ١٩٧٦م مستخدما أسلوب تحليل المضمون وبلغت عينة المجلات التي خصصت للدراسة ٤٩ عددا وعدد البحوث ٥٤٦ بحثا ٠

وكانت الأهداف التي تسعى هذه الدراسة للإجابة عليها هي :

١. إلى أي حد يهتم الباحثون بالدراسات التتبعية إنطلاقا من التاكيد على أهميتها؟
٢. إلى اى حد يعتمد الباحثون على أساليب بحثية ومناهج معينة ونوعيات بحوث معينة ويهملون أساليب ومناهج ونوعيات أخرى ؟

٣. ما هو مستوى التحليل الذى تمت دراسته هل هو شخصية الفرد أم المجموعات الأولية أم المنظمات أم المجتمعات وبأية نسبة ؟

٤. الى أى حد تسهم بحوث الاعلام فى بناء نظرية مؤسسة على النتائج البحثية ؟

وكانت أهم نتائج هذه الدراسة كالتالى :

- البحوث الأميريقية نسبتها ٥٥٪من مجموع البحوث الإعلامية .
- تبلغ نسبة استخدام أسلوب تحليل المضمون ١٣٪ .
- يؤثر علم النفس العام وعلم النفس الاجتماعي على الدراسات الإعلامية من حيث التركيز على مستوى الفرد فى التحليل .
- يركز ٨٧٪ من الباحثين على فترات زمنية محددة مما لايسمح بإمكانية دراسة تأثير الإعلام خلال فترات زمنية طويلة ولاتزيد نسبة البحوث التطورية عن ١١٪ .
- يركز ٦٥٪ من الباحثين على مستوى واحد فى التحليل وهو الفرد ولا تأخذ المستويات الأخرى اهتمامات واضحة من الباحثين الإعلاميين .
- أن نسبة ٢٠٪من البحوث تستخدم المسح بالعينة .
- تستخدم نسبة ٦٣٪ من البحوث ثلاث مناهج وأساليب هى (المسح بالعينة والتجارب المعملية والمقارنة) .
- أن ٤٢٪ من البحوث يعتمد على التقارير الذاتية .
- أن ٤١٪ من المبحوثين يملأوون صحائف الاستقصاء بأنفسهم .

ثالثا : نوع الدراسة ومنهجها :

هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية التى تستهدف مسح التراث العلمى الخاص برسائل الماجستير والدكتوراة الممنوحة من قسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج بغرض توفير البيانات الخاصة بهذا التراث للباحثين تحسبا لعدم تكرار الجهود من ناحية ولوصف هذه البيانات وتحليلها لتحديد ملامحها واستخلاص نتائج ودلالات تفيد عند وضع تصور مستقبلى لتطوير الدراسات الإعلامية وتطوير المناهج المستخدمة .

وبالنسبة لجانب المسح من البحث فسوف ينطلق من رؤية محددة لكل بحث تتضمن تغطية الجوانب الآتية :

* مشكلة الدراسة وأهميتها .
* أهدافها .
* المنهج .
* أهم النتائج .
* أهم التوصيات .

أما الشق التحليلي من الدراسة فيعتمد على منهج المسح التحليلي لتحليل الإجراءات المنهجية للبحوث الإعلامية من خلال أداة مسح المضمون التى سيتم تصميمها لهذا الغرض

رابعا : أهداف الدراسة :

تحاول الدراسة التحليلية فى إطار تحديد الملامح الخاصة للبحوث الإعلامية بقسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج الإجابة عن التساؤلات الآتية :

١ – الى أى مدى اهتمت البحوث الاعلامية بكل من المجالين النظرى والتطبيقى ؟

٢ – ما هى الخصائص المميزة للإشراف على الرسائل من حيث :

" طبيعة الإشراف منفردا أم مشتركا "

" من حيث الاهتمام بالاستعانة بمشرفين من خارج الجامعة "

٣ – ما أكثر المناهج والأدوات البحثية استخداما من قبل الباحثين وما نوع هذه البحوث ؟

٤ – ما درجة تفضيل الباحثين لكل من العينة والحصر الشامل ؟

٥ – ما فئات البحوث الإعلامية حظيت باهتمام أكثر بحوث القائم بالاتصال أم الوسيلة أم الجمهور أم الاثرونسبة كل منها ؟

خامسا : مادة الدراسة :

تتناول الدراسة بالتحليل وبأسلوب الحصر الشامل كل رسائل الماجستير والدكتوراة الممنوحة من قسم الصحافة بآداب سوهاج خلال الفترة من ١٩٧٧ وحتى أكتوبر ١٩٩٤م وسيتم فى إطارها دراسة (٣١) رسالة ماسجتير ودكتوراة لتحقيق أهداف الدراسة ،(انظر ملحق "١" قائمة بموضوعات هذه البحوث) .

سادسا : فئات التحليل :

فى إطار أهداف الدراسة السابق الإشارة اليها تم تحديد الفئات التالية لتصنيف البيانات وتحليلها وهى:

١ – مجال البحوث ويتضمن :

أ – بحوث نظرية .

ب – بحوث تطبيقية .

٢ –جهة الإشراف :

٣ – نوع الدراسة :

وصفية – كشفية – تجريبية – تاريخية ،

٤ – المناهج المستخدمة :

* المنهج التاريخى ،
* المنهج التجريبى ،
* المنهج المقارن ،
* منهج دراسة الحالة ،
* منهج المسح الميدانى
* منهج المسح التحليلى ،
* أكثر من منهج ،

٥ – فئة أدوات جمع البيانات وتشمل :

* الاستقصاء .
* المقابلة .
* الملاحظة
* التجربة

٦ – فئة أسلوب جمع البيانات :

* الحصر الشامل
* العينة

٧ – فئة الموضوع :

١ – بحوث القائم بالاتصال .

٢ – بحوث الوسيلة :

وتنقسم وفقا لنوع وشكل الاتصال إلى :

* بحوث الصحافة
* بحوث الإذاعة
* بحوث التليفزيون
* بحوث العلاقات العامة
* بحوث الإعلان
* الإعلام الإسلامى

ووفقا للأداء الإعلامى تنقسم إلى :

* بحوث الفن الإعلامى .
* بحوث تقويم الأداء الإعلامى للوسيلة .
* بحوث تأريخ النشاط الإعلامى .

٣ – بحوث الجمهور : وتنقسم وفقا لإطار مجتمع الدراسة إلى :

* بحوث تهتم بدراسة المجتمع العام – القطر المصرى ٠
* بحوث تهتم بدراسة مجتمع عام محلى – محافظة أو اقليم ٠
* بحوث تهتم بدراسة مجتمع حضرى – مدينة أو حى ٠
* بحوث تهتم بدراسة مجتمع ريفى ٠

٤– بحوث الاثر : وتهتم بدراسة الآثار الناتجة عن الممارسة الإعلامية الوسائل الاتصال

سابعا : نتائج الدراسة التحليلية :

أولا – نوع البحوث :

جدول رقم (١) يبين نوع البحوث الممنوحة والمقيدة بقسم الصحافة
خلال فترة الدراسة

جدول رقم (١) بين نوع البحوث الممنوحه والمقيدة

بقسم الصحافة خلال فترة الدراسة

نوع البحوث	الرسائل الممنوحه				الجملة		الرسائل المقيدة				الجملة	
	ماجستير		دكتوراه				ماجستير		دكتوراه			
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نظرية	٥	٪١٦,١	٢	٪٦,٥	٧	٢٢,٦	١	٪٤,٦	—	—	١	٪٤,٦
تطبيقية	١٢	٪٣٨,٧	١٢	٣٨,٧ ٪	٢٤	٧٧,٤	١٣	٥٩,١ ٪	٨	٣٦,٣	٢١	٪٩٥,٤
الجملة	١٧	٪٥٤,٨	١٤	٤٥,٢ ٪	٣١	٣١	١٤	٦٣,٧	٨	٣٦,٣	٢٢	٪١٠٠

وبتحليل بيانات الجدول السابق نلاحظ الآتى :

- تبلغ نسبة الرسائل النظرية الممنوحة من قسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج ٢٢,٦٪ من جملة الرسائل بتكرار قدره ٧ رسائل منها ٥ ماجستير بنسبة ١٦,١٪ ورسالتين دكتوراة بنسبة ٦,٥٪ وموضوعات هذه الرسائل كالتالى :

- الخبر فى القرآن الكريم .
- الحرب النفسية ضد الاسلام فى عهد الرسول صلى ا لله عليه وسلم .
- الصحافة الحزبية ودورها فى الحياة السياسية فى مصر ١٩٠٦- ١٩١١م .
- على أمين صحفيا دراسة فنية تاريخية ١٩٣٠ - ١٩٧٦م .
- الرأى العام فى صدر الاسلام منذ بداية الدعوة المحمدية حتى نهاية عهد سيدناعمر .

وذلك بالنسبة للرسائل النظرية بمرحلة الماجستير .

أما رسائل مرحلة الدكتوراة النظرية الممنوحة فهى :

- الإعلام الإسلامى فى مجتمع الرسول صلى ا لله عليه وسلم فى المدينة .
- تبادل البرامج الإذاعية .

أما الرسائل التطبيقية فيبلغ عددها (٢٤) رسالة منها (١٢) ماجستير و (١٢) دكتوراه بنسبة ٣٨,٧٪ لكل منهما .

وموضوعات هذه الرسائل كالتالى :

١- تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى .

٢- إدارات العلاقات العامه فى مصر .

٣- البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية - دراسة تطبيقية على إذاعة ج.م.ع .

٤- المادة الإخبارية فى تلفزيون ج.م.ع - دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار .

٥- العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار - دراسة تطبيقية على حراس البوابة وانتقاء الأخبار فى راديو القاهرة .

٦- العلاقات العامة فى السياحة مع التطبيق على الإدارة العامة بوزارة السياحة .

٧- العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها .

٨- الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة .

٩- الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى .

١٠- العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية - دراسة تطبيقة على صحف الوفد الشعب - الأهالى - الأحرار فى الفترة من ١٩٨٠ : ١٩٨٧م .

١١- دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى - دراسه تطبيقية على إذاعة شمال الصعيد والصحف المحلية التى تصدر فى الإقليم .

١٢- المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية - دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتى الأهرام والأهالى خلال الفترة من ٧٨ : ١٩٨٧م .

١٣- دور برامج المرأة فى التلفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية .

١٤- دور الاتصال الشخصى فى التنمية الإجتماعية فى المجتمع المحلى - دراسة ميدانية على إحدى قرى محافظة سوهاج .

١٥- الصحافة المصرية والإعلام السياسى فى مصر فى الفترة من ٥٢ حتى ١٩٦٢م .

١٦- دور صحافة الأطفال فى التنشئة الإجتماعية للطفل المصرى - دراسة تحليلية لمضمون مجلتى ميكى وسمير ودراسة ميدانية على جمهور الأطفال وأولياء الأمور والمعلمين فى مدينة سوهاج .

١٧- المقال العمودى - دراسه فنية تحليلية فى الفترة من ٨٥ : ١٩٨٩م .

١٨- المقال التحليلى - دراسة تطبيقة على صحيفتى الأهرام والوفد من ٨٨ حتى ١٩٩٠م .

١٩- مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر - دراسة ميدانية على صحف إقليم جنوب الصعيد .

٢٠- الرأى العام المحلى - تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى - دراسة ميدانية على محافظة سوهاج مع دراسة تطبيقية على انتخابات مجلس الشعب لعام ١٩٨٧م.

٢١- رسالة المسجد الإعلامية - دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الإسلامية .

٢٢- الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة .

٢٣- دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى - دراسة تحليلية لبعض البحوث الإعلامية مع دراسة ميدانية للمارس والباحث الإعلامى .

٢٤- دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى - دراسه تحليلية للصحف اليومية المصرية فى الفترة من ٨٢ حتى ١٩٨٦م مع دراسة ميدانية على عينة من شباب سوهاج .

أما بالنسبة للرسائل المقيدة بقسم الصحافة فكما هوموضح بملحق الدراسة.

- هناك رسالة نظرية واحدة فقط بنسبه ٤,٦٪ من جملة الرسائل المقيدة ولا توجد رسائل نظرية مقيدة للدكتوراة.

- اما الرسائل التطبيقية المقيدة بالقسم فهى (٢١) رسالة بنسبة ٩٥,٤٪ وتبلغ نسبة الرسائل الماجستير التطبيقية المقيدة عدد (١٣) رسالة بنسبة ٥٩,١٪ من جملة الرسائل المقيدة . بينما تبلغ نسبة الرسائل التطبيقية المقيدة للدكتوراه عدد (٨) رسائل بنسبة ٣٦,٣٪ . (انظر ملحق ٢) .

٢ – المناهج البحثية المستخدمة :

جدول (٢) يبين المناهج المستخدمة فى مجتمع الدراسة

المنهج	العدد	٪
منهج المسح الميدانى	٧	٢٢,٦
المنهج التجريبى	—	—
منهج المسح التحليلى	٤	١٢,٩
منهج دراسة الحالة	—	—
المنهج التاريخى	٤	١٢,٩
المنهج المقارن	—	—
أكثر من منهج	١٦	٥١,٦
الجملة	٣١	١٠٠

بدراسة بيانات الجدول السابق نلاحظ أن ٥١,٦٪من رسائل قسم الصحافة بسوهاج استخدمت أكثر من منهج وأن منهج المسح الميدانى يأتى فى المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,٦٪ ثم كل من منهج المسح التحليلى والمنهج التاريخى فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٢,٩٪ لكل منهما وهذه الرسائل هى :

أ – رسائل استخدمت منهج المسح الميدانى

- البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية ،
- العلاقات العامة فى السياحة مع التطبيق على الإدارة العامة للسياحة بوزارة السياحة ،
- الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة ،

- العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية – دراسة تطبيقية على صحف الوفد – الشعب – الأهالى – الأحرار – من ١٩٨٠ –١٩٨٧م
- دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى – دراسة ميدانية على أحدى قرى محافظة سوهاج ٠
- مشكلات الصحف الاقليمية فى مصر – دراسة ميدانية على صحف إقليم جنوب الصعيد ٠
- الرأى العام المحلى – تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى – دراسة ميدانية على محافظة سوهاج ٠

ب – رسائل استخدمت منهج المسح التحليلى :

- المادة الإخبارية فى تليفزيون ج ٠ م ٠ ع دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار ٠
- دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى – دراسة تطبيقية على إذاعة شمال الصعيد والصحف المحلية التى تصدر فى الإقليم ٠
- المقال التحليلى – دراسة تطبيقية على صحيفتى الأهرام والوفد من ٨٨/١/١ حتى ١٩٩٠/١٢/٣١م٠
- الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة ٠

ج – رسائل استخدمت المنهج التاريخى :

- الصحافة الحزبية والحياة السياسية فى مصر من ١٩٠٦ حتى ١٩١١م.
- الرأى العام فى صدر الإسلام ٠
- الخبر فى القرآن الكريم ٠
- الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى ا لله عليه وسلم فى مكة ٠

د – رسائل استخدمت أكثر من منهج

- تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى (المنهج التاريخى – المسحى – المقارن) ٠

- إدارات العلاقات العامة في مصر (مسحي – تحليلي)
- الإعلام الاسلامى فى مجتمع الرسول صلى ا لله عليه وسلم فى المدينة (منهج تاريخى – تحليلى).
- على أمين صحفيا (منهج تاريخى – دراسة حالة – مقارن – تحليلى).
- العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار – دراسة تطبيقية على حراس البوابة فى راديو القاهرة (ميدانى – تحليلى).
- تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الافريقية (منهج تاريخى –تحليلى – مقارن).
- العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها (منهج ميدانى – دراسة حالة)
- الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى (منهج المسح الميدانى – المنهج المقارن).
- المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية – دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتى الأهرام والأهالى (مسح تحليلى – منهج مقارن).
- دور برامج المرأة فى التليفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية (منهج مسح تحليلى ومسح ميدانى).
- الصحافة المصرية والإعلام السياسى فى مصر من ٥٢– ١٩٦٢م (منهج تاريخى – تحليلى – مقارن).
- دور صحافة الأطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى (منهج المسح الميدانى– المسح التحليلى – المنهج المقارن).
- رسالة المسجد الإعلامية – دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الإسلامية (منهج دراسة الحالة – المسح الميدانى).
- دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى (منهج المسح الميدانى – منهج المسح التحليلى).
- دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى (منهج المسح التحليلى – منهج المسح الميدانى).

٣ – من حيث الإشراف:

جدول رقم (٣) يبين جهة الإشراف على

الرسائل العلمية الممنوحة من قسم الصحافة بسوهاج

جهة الاشراف	اسم المشرف	ك	٪
قسم الصحافة بالكلية	أ.د/ احسان عسكر	٨	١٢,٥
	أ.د / محمد منير حجاب	١٢	١٨,٨
	أ.د / عبد الوهاب كحيل	١٠	١٥,٦
	د./ سهام نصار	٣	٤,٧
	د./ محمد العطار	١	١,٥
كلية الآداب بسوهاج	أ.د/ محمود حلمى مصطفى	٣	٤,٧
	أ.د/ بدرية شوقى	١	١,٥
كليات أخرى بجامعة	أ.د/ عبد الحميد بهجت	١	١,٥
أسيوط			
أساتذة الاعلام من	أ.د/ ابراهيم امام	٧	١٠,٩
الجامعات الاخرى–كلية	أ.د/ مختار التهامى	٢	٣,٤
الإعلام –قسم الإعلام بكلية	أ.د/ محمود نجيب أبو الليل	١	١,٥
اللغة العربية –جامعة الأزهر	أ.د/ محمد سيد محمد	١	
أساتذة فى تخصصات	أ.د/ الحسينى ابو فرحة	١	١,٥
مختلفة من جامعات	أ.د/ عبد الهادى الجوهرى	١	١,٥
أخرى	أ.د/ مصطفى حسين كمال	١	١,٥
خبراء وممارسين إعلاميين	أ. يحيى ابو بكر	٥	٧,٨
	د. فوزية فهيم	٣	١,٥
	أ. سعيد اسماعيل	٢	٣,١
الجملة	١٨	٦٤	٩٩,٩٩

من بيانات الجدول السابق نلاحظ الاتي :

- أن نظام الإشراف على الرسائل المتبع بقسم الصحافة بآداب سوهاج يقوم على نظام الإشراف المشترك فقد بلغت تكرارات الإشراف (٦٤) أى بمعدل مشرفين على كل رسالة .
- بلغ عدد المشرفين (١٨) مشرفا منهم خمسة فقط من داخل قسم الصحافة ومشرفان من كلية الآداب بسوهاج ومشرف واحد من جامعة أسيوط .
  كما استعان القسم بأساتذة من كلية الاعلام فى تخصصات مختلفة وكذلك استعان القسم أيضا بالخبراء والممارسين الإعلاميين فى الاشراف .
- تبلغ نسبة المشرفين من خارج القسم ٧٢٪ من جملة المشرفين على الرسائل وهو ما يعكس سياسة القسم القائمة على التعاون مع الجامعات والمدارس العلمية المختلفة .
- شارك أعضاء هيئة التدريس بالقسم فى الإشراف مع المشرفين من الخارج فى (٢٩) رسالة من جملة الرسائل الممنوحة من القسم منذ إنشائه وحتى نهاية ١٩٩٤م باستثناء (٣) رسائل فقط انفرد بها اساتذة فى مجال الإعلام من خارج الجامعة فى ظروف بداية إنشاء القسم .
- وبمقارنة هذه النتائج بنتائج تحليل بيانات الرسائل المقيدة للحصول على الماجستير والدكتوراه ولم تناقش بعد حتى نهاية عام ١٩٩٤م والتى تبلغ (٢٢) رسالة ، نلاحظ أن تكرارات الإشراف ٤٢ تكرارا ويبلغ عدد المشرفين ١٣ مشرفا وتبلغ تكرارات الإشراف من خارج القسم ٦ تكرارات بنسبة ١٤,٣٪ من جملة تكرارات الإشر اف . وبالنسبة لعدد المشرفين نجد أ، الإشراف الخارجي نسبته ٣٨,٥٪ تقريبا من جملة عدد المشرفين وهو ما يمثل مرحلة جديدة فى بداية اعتماد القسم على نفسه فى تغطية احتياجاته (انظر ملحق ٢) .
- وفى هذه المرحلة بلغ عدد الرسائل المقيدة والتى يشرف عليه الدكتور منير حجاب كمشرف رئيسى يعاونه اعضاء من هيئة التدريس (١٣) رسالة بنسبة ٥٨,٢٪ من جملة الرسائل المقيدة والتى يشرف عليها الدكتور عبد الوهاب كحيل كمشرف رئيسى ٣

رسائل بنسبة ١٣,٦٪ وتوجد رسالتان باشراف الدكتوره عواطف عبد الرحمن تنفرد بالاشراف على واحدة ، ويعاونها فى الثانية كل من الدكتوره ليلى عبد المجيد ، والدكتور عاصم الدسوقى ، هذا ويشارك أيضا في الإشراف المعاون كل من الدكتور ممدوح البلتاجى والدكتورة بدرية شوقى .

٤ - نـوع الدراسـة :

جدول رقم (٤) يبين نوع الدراسة

نوع الدراسة	ك	٪
وصفية	٢١	٪٦٧,٨
تاريخية	٧	٪٢٢,٦
تجريبية	—	—
كشفية	—	—
أكثر من نوع :		
وصفية كشفية	٢	٪ ٦,٤
وصفية تاريخية	١	٪٣,٢
الجملة	٣١	٪١٠٠

من بيانات الجدول السابق نلاحظ ما يلى :

- أن أكثر الرسال الممنوحة قسم الصحافة باداب سوهاج تندرج تحت الدراسات الوصفية وذلك بتكرار (٢١ رسالة من ٣١ رسالة ممنوحة بالقسم) وبنسبة ٦٧,٨ ٪ من جملة الرسائل الممنوحة.
- يليها الدراسات التاريخية وذلك بنسبة ٢٢,٦٪.

- وتوجد نسبة محدودة من الرسائلتندرج تحت أكثر من نوع من الدراسات وهى :
الدراسات الوصفية الكشفية وعددها رسالتان بنسبة٦,٤٪
الدراسات الوصفية التاريخية وتندرج تحتها رسالة واحدة نسبة٣,٢٪
- ولا توجد أية رسالة منذ إنشاء القسم وحتى نهاية ١٩٩٤م يمكن أن تندرج تحت فئة الدراسات التجريبية أو الكشفية .

٥ - من حيث ادوات جمع البيانات :

جدول رقم (٥) يبين أدوات جمع البيانات المستخدمة
فى الرسائل الممنوحة من قسم الصحافة

أدوات جمع البيانات	ك	٪
الاستقصاء	٧	٢٢,٥
المقابلة	٢	٦,٥
الملاحظة	—	—
تحليل المضمون	٥	١٦,١
تحليل المضمون والمقابلة	٢	٦,٥
تحليل المضمون والاستقصاء	٤	١٢,٩
الاستقصاء والمقابلة	٥	١٦,١
الاستقصاء والملاحظة	١	٣,٢
لم يحدد	٥	١٦,١
الجملة	٣١	٩٩,٩٩

من بيانات الجدول السابق نجد أن :

- أن الاستقصاء من أكثر الأدوات البحثية استخداما فى جمع البيانات لرسائل قسم الصحافة بسوهاج حيث تبلغ نسبته ٢٢,٥٪ من جملة الرسائل الممنوحة بالقسم.

- يليها كل من تحليل المضمون والاستقصاء والمقابلة بنسبة ١٦٪ ٠ لكل منها .

بلغت نسبة الرسائل التى استخدمت أكثر من أداة ٤٨,٧٪ تقريبا من جملة الرسائل الممنوحة .

- وهناك أيضا نسبة ١٦٪ من الرسائل لم تحدد أدوات جمع البيانات بها وهى الرسائل التى اعتمدت على البيانات الثانوية " الدراسات التاريخية "

وهذه الرسائل هى :

أ – رسائل استخدمت الاستقصاء كأداة لجمع البيانات وهى :

- إدارات العلاقات العامة فى مصر ٠
- البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية ٠
- الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة ٠
- دور برامج المراة فى التليفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية ٠
- دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى ٠
- مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر – دراسة ميدانية على إقليم جنوب الصعيد ٠
- الرأى العام المحلى – تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى ٠

ب – رسائل استخدمت تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وهى:

- المادة الاخبارية فى تليفزيون ج ٠م ٠ ع – دراسة تحليلية لنشرات الأخبار ٠
- دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى ٠
- المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية – دراسة تحليلية لوظائف الصحافة ٠
- المقال التحليلى دراسة تطبيقية على الأهرام والوفد من ٨٨/١/١ حتى ١٩٩٠/١٢/٣١م .
- الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة ٠

ج – رسائل استخدمت تحليل المضمون والمقابلة :

- العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار – دراسة على حراس البوابة وانتقاء الاخبار فى راديو القاهرة .
- المقال العمودى – دراسة فنية تحليلية من ٨٥ –١٩٨٩م

د– رسائل استخدمت تحليل المضمون والاستقصاء كأداة لجمع البيانات هى:

- تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى .
- دور صحافة الأطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى دراسة ميدانية وتحليلية .
- دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى – دراسة تحليلية وميدانية.
- دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى – دراسة تحليلية وميدانية .

هـ – رسائل استخدمت الاستقصاء والمقابلة وهى :

- العلاقات العامة فى السياحة .
- الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى .
- العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية .
- رسالة المسجد الإعلامية – دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الإسلامية .

ز – رسائل استخدمت الاستقصاء والملاحظة وهى :

- العلاقة بين شكل ومضمون الصحيفة .

ح – رسائل لم تحدد أدوات جمع البيانات واعتمدت على المصادر الثانوية :

- الإعلام الإسلامى فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم فى المدينة .
- تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الأفريقية .
- الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم فى مكة .
- الخبر فى القرآن الكريم .

- الرأى العام فى صدر الاسلام .

٦ – أساليب جمع البيانات :

جدول رقم (٦) يبين توزيع الرسائل الممنوحة من قسم الصحافة

بآداب سوهاج حسب أساليب جمع البيانات المستخدمة

أسلوب جمع البيانات	ك	٪
عينة	٢٠	٦٤,٥
حصر شامل	٤	١٢,٩
لم يحدد	٧	٢٢,٦
الجملة	٣١	١٠٠٪

من بيانات الجدول السابق نلاحظ الآتى :

- يأتى أسلوب العينة فى المرتبة الأولى حيث تبلغ نسبته ٦٤,٥٪ من جملة الرسائل الممنوحة بقسم الصحافة .
- أن هناك نسبة ٢٢,٦٪ لم تحدد أسلوب جمع البيانات سواء كان عينة أم حصرا شاملا وهذه الرسائل اعتمدت على المصادر الثانوية والوثائق وهى نفسها التى استخدمت المنهج التاريخى .
- تبلغ نسبة أسلوب الحصر الشامل ١٢,٩٪ من جملة رسائل قسم الصحافة بسوهاج .

وكان توزيع الرسائل كما يلى :

أ – رسائل استخدمت العينة كأسلوب لجمع البيانات وهى :

١ – تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى

٢ - إدارات العلاقات العامة فى مصر .
٣ - العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار .
٤ - العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها .
٥ - الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة .
٦ - الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى.
٧ - العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية .
٨ - دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى .
٩ - المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية .
١٠- دور برامج المرأة فى التليفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية .
١١- دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى .
١٢- دور صحافة الاطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى .
١٣- المقال العمودى - دراسة فنية تحليلية من ٨٥-٨٩
١٤- المقال التحليلى - دراسة تطبيقية .
١٥- مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر - دراسة ميدانية على إقليم جنوب الصعيد.
١٦- تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى
١٧- رسالة المسجد الإعلامية - دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الإسلامية .
١٨- الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة .
١٩- دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى .
٢٠- دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى .

ب - بحوث استخدمت الحصر الشامل كأسلوب لجمع البيانات وهى :

١- البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية - دراسة تطبيقية على إذاعة ج . م . ع
٢- المادة الإخبارية فى تليفزيون ج.م.ع دراسة تحليلية لمضمون نشرات الاخبار
٣- العلاقات العامة فى السياحة بالتطبيق على الإدارات العامة السياحية بوزارة السياحة
٤- الصحافة المصرية والإعلام السياسى فى مصر من ٥٢ - ٦٢

ج – رسائل لم تحدد أسلوب جمع البيانات وهى كما يلى :

١ – الإعلام الإسلامى فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم فى المدينة .

٢ – على أمين صحفيا .

٣ – تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الافريقية .

٤ – الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم فى مكة .

٥ – الخبر فى القران الكريم .

٦ – الرأى العام فى صدر الإسلام .

٧ – الصحافة الحزبية والحياة السياسية فى مصر من ١٩٠٦ حتى ١٩١١م .

٧ – تصنيف الرسائل وفقا لموضوعات البحوث :

أولا – بحوث القائم بالاتصال :

هناك عدد (١٢) رسالة تناولت القائم بالاتصال ونعنى بهم هنا هؤلاء الذين يديرون مؤسسات إعلامية ويعملون فيها بوصفهم أدوات مؤثرة فى حياة المجتمع وتبلغ نسبتهم ٣٨,٧٪ من مجموع رسائل الماجستير والدكتوراة بقسم الصحافة بآداب سوهاج .

وهذه الرسائل هى :

١– تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى .

٢ – إدارات العلاقات العامة فى مصر .

٣ – البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية .

٤ – على أمين صحفيا .

٥ – العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار – دراسة تطبيقية على حراس البوابة وانتقاء الاخبار فى راديو القاهرة .

٦ – العلاقات العامة فى السياحة مع التطبيق على الإدارة العامة للسياحة بوزارة السياحة

٧ – العلاقة بين الشكل والمضمون فى الصحيفة .

٨ – الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة .

٩ – دور الاتصال الشخصى فى تنمية المجتمع المحلى ٠
١٠– المقال العمودى – دراسة فنية تحليلية ٠
١١– مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر ٠
١٢– دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى ٠

ثانيا – تصنيف الرسائل حسب الوسيلة الإعلامية وتنقسم إلى :

أ – الصحافة :

وتبلغ نسبتها ٤١,٩٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ١٣ رسالة وهى كالتالى :

١ – تطورأساليب اخراج التحقيق الصحفى ٠
٢ – العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها ٠
٣ – العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية ٠
٤ – دور الإعلام الاقليمى فى تنمية المجتمع المحلى ٠
٥ – المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية ٠
٦ – الصحافة المصرية والإعلام السياسى فى مصر من ٥٢ حتى ٦٢
٧ – دور الصحافة فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى ٠
٨ – المقال العمودى – دراسة فنية تحليلية ٠
٩ – المقال التحليلى – دراسة تطبيقية ٠
١٠– مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر ٠
١١– تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى ٠
١٢– الصحافة الحزبية والحياة السياسية فى مصر من ١٩٠٦ – ١٩١١م٠
١٣– دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى ٠

ب – الإذاعة :

وتبلغ نسبتها ٩,٧٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرارثلاث رسائل هى :

١ – البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية – دراسة تطبيقية على اذاعة ج٠م٠ع٠

٢ – العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار – دراسة تطبيقية على حراس البوابة وانتقاء الأخبار فى راديو القاهرة ٠

٣ – تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الافريقية ٠

ج – التليفزيون :

وتبلغ نسبته ٦,٥ ٪ من جملة رسائل الدراسة وبتكرار رسالتين هما :

١ – المادة الإخبارية فى تليفزيون ج ٠م ع ٠ – دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار ٠

٢ – دور برامج المرأة بالتليفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية ٠

د – العلاقات العامة :

وتبلغ نسبتها ٩,٧٪ من جملة رسائل الدراسة وبتكرار عدد ٣ رسائل هى ٠

١ – إدارات العلاقات العامة فى مصر ٠

٢ – العلاقات العامة فى السياحة ٠

٣ – الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة ٠

هـ – الإعلان :

وتبلغ نسبته ٦,٥٪ من جملة رسائل الدراسة وبتكرار رسالتين وهما :

١ – الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى ٠

٢ – الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة ٠

و – بحوث فى الإعلام الاسلامى :

وتبلغ نسبتها ١٦٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ٥ رسائل وهذه الرسائل هى :

١ – الرأى العام فى صدر الإسلام ٠
٢ – الإعلام الاسلامى فى مجتمع الرسول صلى ا لله عليه وسلم فى المدينة
٣ – الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى ا لله عليه وسلم ٠فى مكة .
٤ – الخبر فى القران الكريم ٠
٥ – رسالة المسجد الإعلامية –دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الاسلامية ٠

بحوث الأداء الإعلامى :

وتنقسم الى :

أ – فن إعلامى :

وتبلغ نسبته ١٢,٩٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ٤ رسائل وهى :

١ – تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى ٠
٢ – المادة الإخبارية فى تلفزيون ج٠م٠ع٠ – دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار ٠
٣ – العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها ٠
٤ – الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة ٠

ب – تقويم الأداء :

وتبلغ نسبته ٦٤,٥٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ٢٠ رسالة وهى :

١ – إدارات العلاقات العامة فى مصر ٠
٢ – البرامج الأخبارية ودورها فى التنمية ٠
٣ – العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار– دراسة تطبيقية على حراس البوابة فى راديو القاهرة ٠
٤ – تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الافريقية ٠
٥ – العلاقات العامة فى السياحة ٠
٦ – الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة ٠

٧ – الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى •

٨ – العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية •

٩ – دور الإعلام الاقليمى فى تنمية المجتمع المحلى •

١٠– المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية •

١١– دور برامج المرأة بالتليفزيون فى زيادة وعى المراة الريفية •

١٢– دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى •

١٣– دور صحافة الاطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى •

١٤– المقال العمودى – دراسة فنية تحليلية •

١٥– المقال التحليلى •

١٦– مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر •

١٧– تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى•

١٨– رسالة المسجد الإعلامية – دراسة لدور المسجد فى تطوير مجتمعات الاسلامية •

١٩– دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى •

٢٠– دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى •

ج – التأريخ للنشاط الإعلامى :

وتبلغ نسبته ٢٢,٥٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار عدد ٧ رسائل وهى :

١ – الإعلام الاسلامى فى مجتمع الرسول صلى ا لله عليه وسلم فى المدينة•

٢– على أمين صحفيا •

٣ – الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى ا لله عليه وسلم •

٤ – الخبر فى القرآن الكريم •

٥ – الصحافة المصرية والإعلام السياسى فى مصر من ٥٢–٦٢

٦ – الرأى العام فى صدر الإسلام •

٧ – الصحافة الحزبية والحياة السياسية فى مصر من ١٩٠٦ حتى ١٩٩١م•

من حيث الجمهور :

تنقسم الرسائل من حيث الجمهور الى ما يلى :

أ – جمهور عام محلى :

وتبلغ نسبتها ٩,٧٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ثلاث رسائل وهى :

١ – تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى – دراسة ميدانية على محافظة سوهاج خلال انتخابات مجلس الشعب عام ١٩٨٧م .

٢– رسالة المسجد الإعلامية –دراسة لدورالمسجد فى تطوير المجتمعات الإسلامية .

٣ – دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى – دراسة ميدانية على عينة من شباب محافظة سوهاج .

ب – جمهور نوعى :

وتبلغ نسبتها ٣٢,٢٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ١٠ رسائل وهى:

١ – تطورأساليب إخراج التحقيق الصحفى .

٢ – إدارات العلاقات العامة فى مصر .

٣ – البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية .

٤ – العلاقات العامة فى السياحة .

٥ – العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها .

٦ – الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة .

٧ – العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية .

٨ – مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر .

٩ – دور بحوث الاعلام فى تنمية المجتمع المصرى .

١٠– دور صحافة الاطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى .

جمهور ريفي محلي :

وتبلغ نسبته ٩,٧٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ثلاث رسائل وهى :

١ – دور برامج المرأة بالتليفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية •

٢ – دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى

٣ – الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى •

من حيث تأثير الوسيلة الاعلامية :

تبلغ نسبة الرسائل التى تناولت أثر الوسيلة الاعلامية ٣٢,٣٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار (١٠) رسائل وهى :

١ – البرامج الاخبارية ودورها فى التنمية – دراسة تطبيقية على اذاعة ج•م•ع•

٢ – الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى •

٣ – دور صحافة الأطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى •

٤ – تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى •

٥ – دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى •

٦ – دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى•

٧ – رسالة المسجد الإعلامية •

٨ – دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى •

٩ – دور برامج المرأة بالتليفزيون فى زيا دة وعى المرأة الريفية •

١٠– دور الإعلام الاقليمى فى تنمية المجتمع المحلى •

التوصيات

على ضوء النتائج التائج السابقة يمكننا أن نتقدم بالتوصيات الاتية :

١ - ضرورة تخصيص قناة أو أكثر للإشراف الخارجي حيث لوحظ من واقع الرسائل الممنوحة والمقيدة أنه لاتوجد أية رسالة إشراف مشترك بعضو أجنبى ، كما أنه في الوقت نفسه يخلو القسم تماما من أى عضو حاصل على دكتوراه من الخارج مما يمثل قصورا فى الاحتكاك بالجامعات الأجنبية والمدارس الإعلامية المختلفة .

٢ - ضرورة الاستمرار فى المحافظة على التعاون فى مجال الإشراف مع كليات وأقسام الإعلام الأخرى وخاصة في المجالات التى لايوجد فيها متخصص بالقسم .

٣ - الموازنة فى الاهتمام بين كل من الدراسات النظرية والتطبيقية مع عدم المبالغة فى الاهتمام بالجانب التطبقي والاهتمام بصورة أكثر بالجانب النظرى وخاصة فى مجال التأصيل النظرى والتأريخى وفلسفة الإعلام لأهميتها فى إرساء ملامح النظرية العربية فى الإعلام وبخاصة فى مجال الإعلام التنموى .

٤ - تطوير المناهج البحثية بما يسمح باستخدام المنهج التجريبى لقياس تأثيرات الإعلام ومنهج الدراسات التطورية لقياس التأثيرات الإعلامية على مدى فترات زمنية متباعدة مع ترشيد استخدام مناهج الدراسات الوصفية والتحقق من انطلاقها من إطار فكرى تصورى لضمان الوصول الى نتائج أكثر ايجابية ، وفى الوقت نفسه تطوير مناهج البحث المستخدمة فى دراسات الإعلام الإسلامى بما يكفل التأريخ لهذه الظواهر ودراستها وتحليلها ومقارنتها واستنباط الأسس الفكرية المتضمنة فى هذا التراث وتأصيلها نظريا .

٥ - ضرورة إعطاء قدر من الأهمية للدراسات الكشفية لطبيعة المجتمع الصعيدى والذى مازالت الاحتياجات الإعلامية لجماهيره النوعية مجهولة إلى حد كبير للقائمين بالاتصال مما يمثل عائقا أمامهم لتحديد أولويات الاحتياجات الإعلامية ،كما أن خصائص

الشبكات الاتصالية المحلية وطبيعتها لم تتوافر عنها معلومات بعدوكذلك المعلومات عن الإخباريين وغير ذلك من المجالات البكر والتى تفيد الدراسات الكشفية فى تسليط الأضواء على هذه الجوانب تمهيدا لتعميق دراساتها بمناهج أخرى أكثر تحديدا ٠

٦ - عدم المبالغة فى اعتماد مصادر المعلومات الأولية وإهمال المصادر الثانوية لضمان عدم التضحية بالفكر على حساب التطبيق ولضمان عدم الاهتمام بالتقويم بمعزل عن النظرية وعن المتغيرات البيئية المحيطة ٠ ولضمان عدم استغراق الأرقام والبيانات الكمية لحقائق البحث ومعطياته مما يضعف فى النهاية قيمة البيانات الأولية ذاتها وقيمة الأدوات المستخدمة فى جمع البيانات إذ يحولها إلى مجرد قوالب صماء جامدة لقياس ظواه إنسانية جديدة متجددة ٠

٧ - ضرورة تركيز الاهتمام على جوانب الاعلام الإقليمى والتنموى المحلى والقائم بالاتصال فى المجتمع المحلى والجمهور العام والنوعى المحلى ، فعلى الرغم من تعرض الدراسات لهذه الجوانب بصفة عامة الا أن الاهتمام بقضايا الإعلام العام والفن الإعلامى والجمهور العام والنوعى بصفة عامة أثر على خصوصية هذا القسم وجعل دراساته قريبة الشبه من توجهات الدراسات الإعلامية بالعاصمة وهو ما يستدعى ضرورة وضع سياسة بحثية متميزة للدراسات الاعلامية بقسم الصحافة بسوهاج تبرز جانب الخصوصية لهذا القسم وتحدد له مجالاته وأبعاده الخاصة ٠

هوامش البحث

١ – جامعة القاهرة ، قائمة مراجع مختاره حول الاتصال والتبعية الريفية ١٩٧٩م .

٢ – المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية : المسح الاجتماعي الشامل للمجتمع المصرى من ١٩٥٢ – ١٩٨٠م . بحوث الاعلام فى مصر – د. نادية سالم ، عاطف العبد ص ٨٩١–٩٩٥ .

٣ – أميره العباسي : الجوانب المنهجية والاجرائية لبحوث الصحافة فى مصر بحث مقدم إلى الحلقة الدراسية الأولى لمشكلة المنهج فى الصحافة فى الفترة من ٨٦/١/١٩ : ١٩٨٦/١/٢١م بكلية الاعلام – جامعة القاهرة .

٤ – ليلى عبد المجيد : بحوث الصحافة فى مصر من ١٩٧١م : ١٩٨٥– دراسة تحليلية تقويميه ، بحث مقدم الى الحلقة الدراسية الاولى لمشكلة المنهج فى بحوث الصحافة فى الفترة من ٢١:١٩ يناير ١٩٨٦م بكلية الاعلام –جامعة القاهرة .

٥ – محمد على العوينى : رسائل جامعية فى الاعلام (القاهرة – الانجلو المصرية – ١٩٩٠).

٦ – عواطف عبد الرحمن , نادية سالم , ليلى عبد المجيد : تحليل المضمون فى الدراسات الاعلامية (القاهرة العربى للنشر والتوزيع – ١٩٨٣م) .

٧– كلية الاعلام جامعة القاهرة ، ندوة الاعلام والشباب من ١٧ يناير الى ٢٠ يناير ١٩٨٣م بحث عاطف العبد ، الاعلام والشباب بيلوجرافية شارحه تحليلية مختارة للانتاج الفكرى العربى ص ٣٦١:٢٠٩م

٨ – سمير حسين ، بحوث الاعلام : متغيراتها – ماهيتها – صعوباتها ص ٤٧ ، ٤٨
محاضرات القيت على طلاب كلية الدعوة والاعلام – جامعة الامام محمد بن سعود ، الرياض ، ١٩٨٥م.

٩ – ريتشارد بن ، لويس دونيهو ، روبرت ثورب ، تحليل مضمون الاعلام المنهج والتطبيقات العربية . ترجمة واعداد د. محمد ناجى الجوهر : (الاردن – ١٩٩٢م)

قائمة

بالرسائل الممنوحة من قسم الصحافة بآداب سوهاج حتى أكتوبر ١٩٩٤

م	أســـم الباحث	نوع الدرجة العلمية	عنوان البحث	أسم المشرف	تاريخ المنح
١	عبـد الوهـاب كحيل	ماجستير	ب النفسية ضد الاسلام فـي عهـد الرسـول صلـى الله عليـه وسلم فى مكه	ا.د. أحسان عسكر	١٩٨٠/٨/٢٧م
٢	محمد عمر متولى العطار	ماجستير	الأتصال الشـخصى فى ميدان العلاقات العامة	ا.د. أحسان عسكر	١٩٨١/١/٢٢م
٣	يوسف مـرزوق يعقوب	دكتوراه	العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبـار - دراسـة تطبيقيـة - على حراس البوابة	ا.د. محمود حلمى ا.د. إبراهيم إمام	١٩٨١/٣/٢١م
٤	عبـد الصمـد محمود دسوقى	دكتوراه	البرامج الاختباريةودورها فـى التنمية - دراسة تطبيقية - على اذاعة ج.م.ع	ا.د. محمود حلمى ا.د. إبراهيم إمام	١٩٨١/٨/٧م
٥	أحمد محمد أحمـد زيدان	ماجستير	العلاقات العامة فى السياحة مع التطبيـق علـى الادارة العامـة للسياحة بوزارة السياحة	ا.د. إبراهيم امام	١٩٨١/٢٣:٨م
٦	حمـدى حسـن محمود	ماجستير	تبـادل الـبرامج الاذاعيـة بـين الدول الافريقية	ا.د. إبراهيم امام	١٩٨١م
٧	محمـد معـوض ابراهيم	دكتوراه	المادة فى تلفزيون ج.م.ع	ا.د. محمود حلمى ا.د. إبراهيم إمام د. فوزية إبراهيم	١٩٨٢/٣/١٣م
٨	عبـد الوهـاب كحيل	دكتوراه	الاعلام الاسلامى فى مجتمـع الرسول فى المدينة	أ.د محمـود نجيـب أبو الليل أ.د احسان عسكر	١٩٨٣/٥/١٤م
٩	محمـد أحمـد	ماجستير	الأسس الفنية لتصميم الأعلان	أ.د أحسان عسكر	١٩٨٣/٦/٢٦م

م	الاسم	الدرجة	العنوان	المشرف	التاريخ
	اسماعيل أبو فرحة		الصحفى فى المجلات العامة	أ.د مصطفى حسين	
١٠	محمد فتحى الساعى	ماجستير	الصحافة الحزبية ودورها فى الحياة السياسية فى مصر من ١٩٠٦ الى ١٩١١م .	أ.د ابراهيم امام أ.د منير حجاب	١٩٨٣/٨/٤م
١١	فوزى عبد الغنى خلاف	ماجستير	العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها	أ.د منير حجاب أ. يحيى أبو بكر أ. سعيد اسماعيل	١٩٨٤/١/٧م
١٢	محمد عمر العطار	دكتوراه	ادارات العلاقات العامة فى مصر	أ.د احسان عسكر أ. يحيى أبو بكر	١٩٨٤/٦/٦م
١٣	سحر محمد وهبى	ماجستير	دور صحافة الاطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى - دراسة تحليلية لمضمون مجلتى ميكى وسمير ودراسة ميدانية على الاطفال وأولياء الأمور والمعلمين بمدينة سوهاج .	د. عبد الوهاب كحيل د. بدرية شوقى أ. يحيى أبو بكر	١٩٨٥/٢/١٦م
١٤	محمود أحمد عبد الغنى	ماجستير	دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى	د. منير حجاب أ. يحيى أبو بكر	١٩٨٥/٨/٣م
١٥	عبد الله زلطة	ماجستير	على أمين صحفيا	أ.د ابراهيم أمام د. منير حجاب	١٩٨٥/٨/٣م
١٦	أحمد حسين محمدين	ماجستير	الخبر فى القرآن الكريم	أ.د الحسينى أبو فرحة د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٧/٦/٢٨م
١٧	عماد الدين عثمان	ماجستير	مشكلات الصحف الاقليمية فى مصر	د. فوزية فهيم د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٧/٧/١٦م

١٨	مصطفى سيد عبد اللاه	ماجستير	رسالة المسجد الاعلامية – دراسة لدور المسجد في تطوير المجتمعات الاسلامية .	أ.د أحسان عسكر د. منير حجاب د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٨/١/١١م
١٩	عزيزة عبده سليمان	ماجستير	دور برامج المرأة بالتلفزيون في زيادة وعى المرأة فى الريف المصرى .	د. فوزية فهيم د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٨/٣/٨م
٢٠	فوزى عبد الغنى	دكتوراه	تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى .	أ. يحيى أبو بكر د. عبد الوهاب كحيل أ. سعيد اسماعيل	١٩٨٨/٩/٤م
٢١	فرج الشناوى	دكتوراه	الصحافة المصرية والاعلام السياسى فى مصر من ٥٢ حتى ١٩٦٢م	د. منير حجاب د. مختار التهامى	١٩٨٨م
٢٢	رجاء نور محمود	ماجستير	الرأى العام فى صدر الاسلام	أ.د احسان عسكر د. منير حجاب د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٩/٢/٥م
٢٣	صابر حارص	ماجستير	تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى	أ. د مختار التهامى د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٩/٢/٥م
٢٤	سحر محمد وهبى	دكتوراه	دور بحوث الاعلام فى تنمية المجتمع المصرى	أ.د عبد الهادى الجوهرى د. عبد الوهاب كحيل	١٩٩٠/٣/١٠م
٢٥	محمد أبو فرحة	دكتوراه	الملصقات الاعلانيه وأهميتها فى تنمية الريف المصرى	أ.د أحسان عسكر أ.د. عبد الحميد بهجت	١٩٩٠/٦/٢٤م

				د. عبـد الوهــاب كحيل	
٢٦	محمود عبد الغنى أحمد	دكتوراه	دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى	أ.د منير حجاب أ.د محمد سيد محمد	١٩٩٠/١٢/١٧م
٢٧	أحمـد حسـين محمدين	دكتوراه	العوامل البيئية المؤثرة على أدارة الصحف الحزبية في مصر	أ.د منير حجاب د. سهام نصار	١٩٩٢/٣/٢م
٢٨	عمـاد الديـن عثمان	دكتوراه	المقـال التحليلـى – دراسـة تطبيقية على الأهرام والوفد	أ.د منير حجاب د. محمد العطار	١٩٩٢/٣/٢م
٢٩	عزة عبد العزيز	ماجستير	المسئولية الإجتماعية للصحافة	أ.د منير حجاب د. سهام نصار	١٩٩٢/٤/٢٣
٣٠	صابر حارص	دكتوراه	المقال العمودى – دراسة فنية تحليلية	أ.د منير حجاب د. سهام نصار	١٩٩٤م
٣١	محمد زين محمـد عبد الرحمن	ماجستير	دور الاعلام الاقليمي فى تنمية المجتمع المحلى	أ.د عبـد الوهـاب كحيل د. محمـد مصطفـى حبشى	١٩٩٤/١٠/٣م

قائمة برسائل الماجستير والدكتوراة

المقيدة بقسم الصحافة بآداب سوهاج حتى أكتوبر ١٩٩٤

م	اسم الباحث	نوع الدرجة العلمية	موضوع البحث	الإشراف	تاريخ القيد
١	محمد محفوظ الزهرى	ماجستير	الشئون العربية فى الصحافة المصرية – دراسة تحليلية وميدنيه	أ.د منير حجاب	٩٠/١٠/١٦
٢	عزيزة عبده سليمان	دكتوراه	الاعلام السياسى فى الصحف المصرية ودوره فى تشكيل الرأى العام – دراسة مقارنه بين قائمة اهتمامات الصحف وقائمة اهتمامات الصحف وقائمة اهتمامات الجمهور فى الفترة من ٩١ –٩٢	أ.د عواطف عبد الرحمن أ.د عاصم الدسوقى أ.د ليلى عبد المجيد	٩١/٦/١٧
٣	رجاء أنور محمود	دكتوراه	المعالجة الصحفية لقضايا الشباب فى الصحف المصرية – دراسة تحليلية مقارنه لصحيفتى الاهرام والوفد من ٨٦ : ٩٠	أ.د عبد الوهاب كحيل د. سحر وهبى	٩١/١٢/١٦
٤	عزة عبد العزيز عبد اللاه	دكتوراه	مصداقية الصحافة المصرية القومية والحزبية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور خلال حقبة التسعينات .	أ.د عواطف عبد الرحمن	٩٢/١١/١٦
٥	عبد الجواد سعيد محمد	دكتوراه	تحرير واخراج العناوين الصحفية – دراسة تحليليه مقارنه على عينة من الاهرام	أ.د منير حجاب د. فوزى عبد الغنى	٩٣/١/١٧

م	الاسم	الدرجة	العنوان	المشرفون	التاريخ
			والاخبار والوفد من ٩٠ – ٩٢		
٦	نجوى أحمد عبد اللطيف	ماجستير	دور الصحف اليوميه فى تنمية الوعى السياحى دراسة تحليلية لصحف الأهرام – الاخبار – الجمهوريه الوفد من ٨٩ : ٩١	أ.د منير حجاب أ.د بدريه شوقى	٩٣/١/٤
٧	أحمد عبد المقصود حبيب	دكتوراه	المسئولية الاجتماعية للإعلان الصحفى فى مصر – دراسة تطبيقية على الصحف المصريه من ٧٠ : ١٩٨٥م .	أ.د منير حجاب أ.د عبد الوهاب كحيل	١٩٨٩/٢/١٤م
٨	محمد فتحى الساعى	دكتوره	دور الهيئة العامة للاستعلامات فى تنمية القدرات الابتكارية لدى الطفل المصرى – دراسة تحليلية على عينة من مطبوعات الهيئة فى الفترة من ٨٦/١ حتى ٩٠/١٢/٣١ مع دراسة ميدانية على عينة من اطفال ملوى والقنطرة شرق	أ.د منير حجاب أ.د عبد الوهاب كحيل أ. البلتاجى	٩٢/٤/١٣
٩	اشرف حسن عبد الجواد	ماجستير	المعالجه الصحفيه لقضايا الارهاب والتطرف الدينى – دراسة تحليلية لصحيفتى الاهرام والوفد من ٨٥ : ٩٣	أ.د منير حجاب د. أحمد حين	٩٤/٢/٢٨
١٠	عادل صالح فهمى	ماجستير	العلاقة بين الصحف الاقليميه والسلطه المحليه – دراسة تحليليه ميدانيه لبعض الصحف الاقليمية من ٩٣-٩٤	أ.د عبد الوهاب كحيل د. صابر حارص	٩٤/٦/١٣
١١	الامير صحصاح فايز	ماجستير	الصحافة الادبية وقضايا المجتمع المصرى – دراسة تحليليه	أ.د منير حجاب د. عماد الدين	٩٤/٨/٢٢

م	الاسم	الدرجة	العنوان	المشرف	التاريخ
			للقصه الادبيـة فـى صحيفـة الاهرام	عثمان	
١٢	عـاصم عبـد الهادى	ماجستير	العوامـل البيئية المؤثـرة علـى توزيع الصحف الاسلامية فـى مصـر - دراسـة ميدانيـة علـى القائم بالاتصال والجمهور	أ.د منير حجاب د. أحمد حسين	٩٤/٦/١٣
١٣	محمـود يوسـف محمـد السماسيرى	ماجستير	نظريـات الاعـلام المعـاصرة - دراسـة نقديـه مقارنـه مـن المنظور الاسلامى	أ.د عبـد الوهـاب كحيل د. صابر حارص	٩٤/٦/١٣
١٤	سميرة وزيـرى اسماعيل	ماجستير	موقـف الصحـف اليوميه مـن مشـكلات صعيـد مصـر - دراسة تحليليه وميدانيه	أ.د منير حجاب. د. محمـود عبـد الغنى	٩٣/١٠/٣١
١٥	ثناء على محمـد القصى	ماجستير	دور الصحـف الاقتصادية فى الصحف المصريـة فـى التوعيه بقضايا الاصلاح الاقتصادى - دراسه تحليليه وميدانيه	أ.د عبـد الوهـاب كحيل د. فـوزى عبـد الغنى	٩٤/٢/٢٨
١٦	أميمـة محمـد عمران	ماجستير	دور الصحافـة الحزبيـة فـى التنميـة السياسـيه - دراسـة تحليليـه للعـدد الاسـبوعى فـى الاحـرار والوفـد والاهـالى والشـعب ومـايو مـن ٨٧ : ١٩٩٢م مـع دراسـة ميدانيـه على القراء بمحافظة سوهاج	أ.د عبـد الوهـاب كحيل د. محمـود عبـد الغنى	١٩٩٤/٦/١٣م
١٧	نجـلاء محمـود عثمان أبو سمرة	ماجستير	معوقـات الاداء الاعلامـى للصحفيات المصريات مهنيـه- شخصيه- إجتماعيه دراسـة ميدانيـة علـى عينـة مـن الصحفيـات العـاملات فـى الصحـف القوميـه والحزبيـه	أ.د منير حجاب	١٩٩١/٩/٣٠م

					والاقليميه		

م	الاسم	الدرجة	العنوان	المشرف	التاريخ
			والاقليميه		
١٨	منال العارف أحمد	ماجستير	المشكلات المؤثرة على القائم بالاتصال في الدعوه - دراسه ميدانيه على القائم بالاتصال في الشبكة الرئيسيه	أ.د منير حجاب	١٩٩٣/٣/١٥م
١٩	سماح ابو الفتوح	ماجستير	العينات في البحوث الاعلامية - دراسة تحليلية على عينة من الدراسات الصحفية في الجامعات المصرية من ٨٥ - ١٩٩٠م	أ.د منير حجاب د. سحر وهبي	١٩٩٤/٢/٢٨م
٢٠	احمد صابر رشوان	دكتوراه	القائم بالاتصال وقضايا البيئة - دراسة ميدانية في عينة من القائمين بالاتصال في الصحف والمجلات المصرية	أ.د منير حجاب د. عماد الدين عثمان	٩٤/٦/١٣
٢١	رواية أحمد مبارك	ماجستير	جلال الدين الحمامصي صحفيا	أ.د عبد الوهاب كحيل د. أحمد حسين محمدين	١٩٩٠/٩/٣٠
٢٢	حنفي حيدر أحمد	ماجستير	العوامل التي تؤثر على انتقاء الأخبار في الصحف المصرية مع دراسة ميدانية على القائم بالاتصال في الصحف القومية والمعارضة	أ.د عبد الوهاب كحيل د. فوزي عبد الغني	١٩٩٠/٩/٣٠م

استمارة ترميز المضمون الجوانب المنهجية الرسائل

الجامعية الممنوحة من قسم الصحافة بآداب سوهاج ١٩٧٨ : ٦ / ١٩٩٤م

م	اسم الرسالة	اسم المشرف	نوع الدراسة		المناهج	أسلوب جمع	أدوات جمع	فئة الموضوع			
			نظرية	تطبيقية	المستخدمة	البيانات	البيانات	القائم بالاتصال	الوسيلة	الجمهور	الأداء الإعلامى

رسائل الماجستير فى الإعلام

من قسم الصحافة

بكلية الآداب بسوهاج

الحرب النفسية ضد الإسلام
فى عهد الرسول صلى ا لله عليه وسلم فى مكه

اسم الباحث : عبد الوهاب أحمد محمد كحيل
الدرجـــــة : الماجستير
اشـــــراف : أ.د/ احسان سعد الدين عسكر
تاريخ المنح : ١٩٨٠ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تتعرض هذه الدراسة " الحرب النفسية ضد الاسلام فى عهد الرسول" فى مكة لدراسة الحرب النفسية ، لما لها من، اهمية فى العصر الحديث ، حيث أصبح هذا اللون مـن الحـرب يستخدم بدلا من حرب المدافع والقنابل والبنادق ، لاحداث التأثير المطلوب وهو مـا يطلـق عليه البعض اسم " الحرب الباردة " تمييزا لها عن الحرب الساخنة التى تتدفق فيها الدماء.

وقد ركزت هذه الدراسة على العهد المكى من حياة الرسول بعد البعثة لالقـاء الضـوء علـى هـذه الفـترة المهمـة مـن الدعـوة الاسـلامية ، والتـى أرسـى خلالهـا الاسـس والمبـادئ والدعائم للدين الاسلامى ، ويرجع سبب تحديد البحث فى هذه الفترة الى عاملين رئيسـيين :

الأول : أهمية هذه الفترة من حياة الدعوة الاسلامية ، فهى التى أظهرت صلابـة المسـلمين وتمسكهم بعبادتهم ، وحبهم لرسولهم ، وصمودهم أمام كل تحـد ، وكـل قـوه من

قوى الكفر التى حاولت بكـل الاسـاليب المتاحـة أن تصدهـم فـى دعوتهـم ، وان تعيدهم الى الوثنية ، وعبادة الاصنام .

الثانى : ان هذه الفترة من حياة الدعوة لم تأخذ حقها من القاء الاضواء عليهـا كمـا لقيـت فترة العهد المدنى من اهتمام المؤرخين والعلماء الذين تناولوها بالدراسة والتحليـل فقد كان كتاب السيرة والمؤرخون يمرون على العهد المكى من حياة الرسول صلى ا لله عليه وسلم ، مرورا سريعا ، وبطريقة روتينية متكررة ، بينما لم يتعرض رجـال الاعلام لهذه الفترة ولم يعالجوها معالجة متخصصة .

منهج الدراسة :

اقتضت طبيعة هذا البحـث اختيـار المنهجـين التـاريخى والتحليلـى ، وقـد استرشـدنا فـى معالجتنا بالنماذج التى وضعت للاتصال فى العصر الحديث من حيث وجود مرسل ورسـالة ومستقبل حيث عرضنا بذلك للحرب النفسية التى وجهـت للدعـوة (كرسـالة) والحـرب النفسية التى وجهت للرسول صلى ا لله عليه وسلم (كمرسـل) ، والحـرب النفسـية التـى وجهت للصحابة (كجمهور) أو كمستقبل لهذه الرسـالة ، ومـا اسـتخدمه أعـداء الاسـلام كمحاولات للتشويش على هذه الدعوة مـن وسـائل وأسـاليب لمنـع اتمام عمليـة الاتصـال الاعلامى .

خطة البحث :

يشتمل البحث على خمسة فصول :

الأول : توضـح مفهـوم الحـرب النفسـية قديمـا وحديثـا وأهدافهـا وأسـس تخطيـط الحـرب النفسـية وأنـواع الحـرب النفسـية وسـبل مقاومتهـا ، ثـم تعـرض لوسـائل الحـرب النفسية من شخصية وجمعية وجماهيرية ولاسـاليبها ، كمـا تعـرض البـاحث لرجـال الحرب النفسية والصفات اللازمة لرجل الحرب النفسية .

الثانى : الحرب النفسية والاسلام فى مكة مع المقارنة بين أساليب الحرب النفسية الحديثة والاساليب التى استخدمت ضد الاسلام كدعوة أو كرسالة موجهة الى المجتمع المكى ، وقد قمنا بعرض موقف أعداء الاسلام من الدعوة وعرض ردود الفعل الناتجة عن استخدام بعض أساليب الحرب النفسية ضد الدعوة من حيث هى ، وضد القرآن ، وأوضحنا دفاع الرسول صلى ا لله عليه وسلم من الدعوة والاساليب التى اتخذها لتحصين جبهته الداخلية ، وحسن معاملة الرسول صلى ا لله عليه وسلم لغير المسلمين لتأليف القلوب حول الدعوة الاسلامية ، أى ليصبحوا حلفاء بدلا من أن يكونوا أعداء ، ثم اتخاذه صلى ا لله عليه وسلم لاسلوب الصبر والسلم وعدم الحرب .

ثم تناول أيضا صفات الرسول صلى ا لله عليه وسلم كحامل رسالة ودعوة ، وقد عرضنا لدفاع القرآن عن الدعوة ، وتنديده بأعدائها .

الثالث : فقد تناول ، الحرب النفسية ضد الرسول صلى ا لله عليه وسلم ، وموقف اعداء الاسلام من الرسول نفسه ، والاساليب النفسية التى سلكوها لحربه ، ثم تعرضنا لاساليب الصحابة فى الدفاع عن الرسول وأوضحنا كيف وقفوا الى جانبه مسلمين وغير مسلمين ، وكيف دخلوا معه التعب وذاقوا الجوع والمقاطعة بكل أنواعها ثلاث سنوات كاملة ، نتيجة لحسن معاملة الرسول وحسن اخلاقه . ثم لدفاع القران عن الرسول صلى ا لله عليه وسلم ورده على الكفار ، وتزويده للرسول بالاجابات على أسئلتهم .

الرابع : فقد تناول ، جهاد الصحابة فى تحمل الأذى وفى نشر الدعوة وفى الهجرة وما استخدموه من أساليب في جهادهم لمقاومة الحرب النفسية العادية ولنشر الدعوة فى نفس الوقت ، ثم دفاع القران عن الصحابة .

الخامس: يعرض البحث لانتصار المسلمين على اعدائهم فى ميدان الحرب النفسية ، حيث تعرض لعرض مجمل لكل الوسائل الاساليب التى استخدمها الكفار فى مجال الحرب النفسية ، ثم لكل الوسائل و الاساليب التى استخدمها المسلمون

الاتصال الشخصى

فى ميدان العـــــلاقات العامــــــة

اســـم الباحث : محمد عمر متولى أحمد العطار .

الدرجة العلمية : الماجستير .

اشـــــراف : أ ٠ د/ إحسان سعد الدين عسكر .

ســـنة المنح : ١٩٨١.

مشكلة الدراسة وأهميتها :

يتناول هذا البحث دراسة الاتصال الشخصى فـى ميـدان العلاقـات العامـة دراسـة وصفية تحليلية ، هادفـا مـن ذلـك الوصـول إلى تقييـم موضوعـى لمـدى أهميـة الاتصـال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة فى مصـر ، وطبيعتـه ، وأسـاليبه ، والقـائمين بهـذا الاتصال ، ودورهم ، ومهام وظائفهم وواجباتهم ، وأوجه النشاط التى يمارسونها .

كما تهدف هذه الدراسـة إلى اثبـات كيـف يحتفـظ الاتصـال الشـخصى فـى ميـدان العلاقات العامة بمكان الصدارة بين طرق ووسائل الاتصال الاخرى من حيث قوة التأثير رغم وجود وسائل الاتصال العامة الحديثـة كـالصحف والراديـو والتليفزيـون والسـينما ٠٠ وغيرها ، وما صاحب ذلك من اتساع فى دائرة انتشار الرسائل الإعلاميـة ، إلا أن هذا التقدم الإعلامى الهائل ، يفتقر إلىأهـم شـئ يتمتـع بـه الاتصـال الشـخصى ، وهـو التفاعل السريع بين القائم بالاتصال والمستقبل لرسـالته ، ومعرفـة صـدى الرسـالة ورد

فعلها لديه ، وبذلك يستطيع القائم بالاتصال الشخصي توجيه اتصالـه وصياغة رسـائله بناء على هذا الصدى ، مما يساعد على إحداث التأثير المنشود عن طريق تبادل الآراء والمعلومات ووجهات النظر .

نوع الدراسة ومنهجها :

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية وتستخدم منهج المسح الميداني للحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث ، والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية التي تكفل التعرض لها ، وتحليلها بأكبر قدر ممكن من الدقة ، وتفادى حدوث أى تحيز فى جمع البيانات المطلوبة حتى تزيد درجة اعتمادية النتائج المستخلصة منها ، وإمكانية انطباقها أو انسحابها على المواقف أو الحالات المتشابهة ، ولذلك تطلب منا هذا ضرورة الاهتمام بالتصميم الشكلي والهيكلي لتلك الدراسة .

كما استخدمت الدراسة الأسلوب الإحصائي فى تصميم هذا البحث ، لأنه يتفق مع طبيعة أهدافه من حيث اتجاهه إلى دراسة المتغيرات التى يمثلها أهم فرض من فروض هذا البحث الذى يهدف إلى اثبات كيف يحتفظ الاتصال الشخصي فى ميدان العلاقات العامة فى مصر بمكان الصدارة بين طرق ووسائل الاتصال الأخرى .

أداة جمع البيانات :

تم اختيار طريقة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات الخاصة بهذه الدراسة ، وتم تصميم صحيفتى استقصاء ، الاولى وهى الصحيفة (أ) الخاصة بالعاملين فى ميدان العلاقات العامة فى الجهات التى أجريت عليها الدراسة ، والثانية وهى الصحيفة (ب) الخاصة بالجماهير الداخلية للجهات التى أجريت عليها الدراسة .

نتائج الدراسة :

١- يمثل الحاصلون على مؤهلات متوسطة أعلى نسبة من العاملين فى ادارات العلاقات العامة المختلفة التى أجريت عليها الدراسة ، إذ دل الاتجاه العام على أن

نسبتهم حوالى ٣٧,٩٪ ويظهر ذلك بشكل واضح فى الهيئات والمحافظات والمؤسسات .

٢- ان أكبر نسبة من العاملين في ميدان العلاقات العامة فى الجهات التى أجريت عليها الدراسة هي نسبة الذين تقل عدد سنوات الخبرة لديهم عن خمس سنوات اذ بلغت نسبة الاتجاه العام لهم حوالى ٤,٧٪ ويتركزون بشكل واضح في البنوك والهيئات والمؤسسات ، وهذا مؤشر خطير ، حيث أن قلة سنوات الخبرة تنعكس على مستوى الأداء .

٣- ان نسبة كبيرة من الجهات المختلفة التى أجريت عليها الدراسة لا تهتم بتدريب العاملين فى إدارات العلاقات العامة بها ، وقد بلغت هذه النسبة حوالى ٨٨,٩٪ ويتركز معظم هؤلاء العاملين بشكل واضح فى كل من المحافظات والهيئات والمؤسسات ، وهذا مؤشر خطير ، إن دل على شئ فإنما يدل على قصور النظرة الى أهمية ادارات العلاقات العامة وأهمية إعداد العاملين فيها .

٤- أن هناك نسبة كبيرة من العاملين في إدارات العلاقات العامة بالجهات التى أجريت عليها الداسة لا تجيد الحديث بأية لغة أجنبية ، وقد بلغ الاتجاه العام لهذه النسبة حوالى ٣٤,٩٪ ويتركز معظم الذين لا يجيدون أية لغة أجنبية فى كل من المحافظات والمؤسسات والهيئات بشكل واضح .

٥- أن نسبة الذين يحبون مهنتهم فى ادارات العلاقات العامة فى الجهات التى أجريت عليها الدراسة بلغت حوالى ٧٩,٨٪ ويتركزون بشكل واضح فى كل من الفنادق والبنوك والشركات .

٦- أن الشركات تهتم بادارات العلاقات العامة أكثر فى الجهات الأخرى التى أجريت عليها الدراسة ، ولذلك تحتل إدارات العلاقات العامة بها مكانة تكاد أن تكون لائقة بها ، بينما تحتل البنوك المركز الثانى من حيث أهمية ادارات العلاقات العامة بالنسبة لها ، ثم تليها الوزارات ، ثم الفنادق ثم الجامعات ثم الهيئات ثم المحافظات ثم المؤسسات .

٧- دل الاتجاه العام على أن حوالى ٨٦,١٪ من الجماهير الداخلية للجهات الى أجريت عليها الدراسة يؤمنون بأهمية ادارات العلاقات العامة بالنسبة للجهات التى يعملون بها ، ويتركز معظم هؤلاء بالفنادق والشركات تليها الجامعات والبنوك والمؤسسات والوزارات والمحافظات والهيئات .

٨- دل الاتجاه العام على أن هناك حوالى ٩٦,١٪ من العاملين فى ادارات العلاقات العامة التى أجريت عليها الدراسة أكدوا أهمية ادارات العلاقات العامة للجماهير الداخلية ، ويتركز معظم هؤلاء فى الفنادق والبنوك ، تليها الشركات ثم المؤسسات والهيئات والجامعات ثم المحافظات .

٩- أن العاملين فى ادارات العلاقات العامة يرون أن أهم نشاط تقوم به اداراتهم هو استقبال الوفود وتنظيم زياراتهم ، وهذا النشاط يعتمد اعتمادا رئيسيا على الاتصال الشخصى ، ويبرز هذا النشاط بشكل واضح فى كل من الهيئات والشركات والمؤسسات .

١٠- بلغت نسبة استخدام وسائل الاتصال الشخصى حوالى ٨٧,٣٪ بينما بلغت نسبة استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى ٢١,٧٪ ومعنى هذا ان العاملين فى ادارات العلاقات العامة بالجهات التى اجريت عليها الدراسة يرون أن وسائل الاتصال الشخصى أكثر أهمية من وسائل الاتصال الجماهيرى فى ميدان العلاقات العامة .

١١- تحتل المقابلات الشخصية المرتبة الاولى كوسيلة من وسائل الاتصال فى ميدان العلاقات العامة ، اذ بلغت نسبة الاتجاه العام التى أدلت بها الجماهير الداخلية للجهات التى أجريت عليها الدراسة لاستخدامها حوالى ٢٨,٣٪ .

١٢- تفوقت نسب استخدام وسائل الاتصال الشخصى على نسب استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى ، اذ بلغ مجموع نسب استخدام وسائل الاتصال الشخصى حوالى ٧٥,٩٪ بينما بلغ مجموع نسب استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى حوالى ٢٤,١٪.

التوصيـــات :

١- ضرورة تغير وجهات نظر بعض القيادات العليا الى وظيفة العلاقات العامة .

٢- الاهتمام بانتقاء العاملين فى ادارات العلاقات العامة ، وضرورة تدريبهم واتاحة فرص التنمية المهنية والعلمية والإدارية أمامهم ، وأبعاد العناصر غير الصالحة الى ادارات أخرى غير ادارات العلاقات العامة .

٣- ضرورة الاهتمام بتوفير الامكانيات اللازمة لادارات العلاقات العامة ، وزيادة الاعتمادات المالية المخصصة لها مع وضع ضوابط للانفاق تتسم بالمرونة .

٤- ضرورة تعاون الادارات المختلفة مع ادارة العلاقات العامة حتى يتسنى لها أن تقوم بمهامها على الوجه الأكمل .

٥- الاهتمام بوضع الخطط والبرامج للأنشطة التى تقوم بها إدارات العلاقات العامة ، ومتابعة آثارها على أفراد الجماهير التى تتعامل معها .

٦- ضرورة تطبيق الأسلوب العلمى فى تخطيط أنشطة العلاقات العامة وتقويم براجها .

٧- ضرورة الاهتمام بنقل رغبات الجماهير إلى القيادات العليا ، والعمل على تحقيق الممكن منها .

٨- رعاية اتصالات العاملين فى إدارة العلاقات العامة برجال الإعلام والفكر وقادة الرأى فى المجتمع .

٩- العمل على إزالة قيود الروتين التى تفرضها بعض الجهات علىإدرات العلاقات العامة ، وخاصة ما يتعلق باجراءت تسديد سلفيات الصرف على الضيوف أو الأنشطة المختلفة ، أو اجراءات اذونات شغل السيارات وما نحو ذلك .

١٠- العمل على توفير المناخ المناسب للعاملين فى ادارات العلاقات العامة ، وضرورة صرف حوافز ومكافآت تشجيعية لهم ، وخاصة الممتازين منهم .

١١- توحيد زى االعاملين فى ادارة العلاقات العامة بأى جهة ، وخاصة فى المناسبات ووضع شارات مميزة حتى يسهل التعرف عليهم .

العلاقات العامة فى السياحة

مع التطبيق على الإدارة العامة للعلاقات العامة السياحية بوزارة السياحة

اسم الباحث : أحمد محمد أحمد زيدان .

الدرجة العلمية : الماجستير.

اشراف : أ . د / ابراهيم امام

سنة المنح : ١٩٨١ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنحصر مشكلة هذه الدراسة فى تحديد الأسس العلمية لممارسة العلاقات العامة وتطبيقاتها بالنسبة للسياحة بغرض إبراز الدور المتزايد الأهمية لهذا الفن المتطور وما يمكن أن يحققه من تنشيط لحركة السياحة فى مصر ، وعلى هذا فإن الأهداف الرئيسية لهذه الدراسة هى :

١. تحديد ما يمكن لإدارات العلاقات العامة فى المنشآت السياحية الإفادة منه فى مجال التطبيق العملى وبالتالى تحديد أسس المحاسبة المهنية السليمة .

٢. وضع هذه الدراسة تحت تصرف من يأتى بعد من الباحثين الآخرين لاستكمال الزوايا الفنية الدقيقية فيما يتعلق بأبعاد هذه الممارسة وتأثيراتها .

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية ويرجع اختيار الباحث لهذا النوع من الدراسة إلى أن جزءا كبيرا من بحوث الإعلام خاصة وبحوث العلاقات العامة بصفة عامة تندرج تندرج تحت قائمة هذا النوع من الدراسة فهناك حاجة مستمرة إلى التعرف على خصائص جماهير أى منظمة أو مؤسسة تحرص على كسب ثقة جماهيرها وتأييدهم ، ونجاحها يكون بقدر ما يتوافر لإدارة العلاقات العامة بالمنظمة من معلومات عن خصائص الجماهير من حيث السن والدخل والمستوى المهنى والتعليمى .. الخ .

ويرى الباحث أن تحديد نوع الدراسة على هذا النمط يخدم أهداف البحث لأنه يتطلب من الباحث أن يكون أكثر دقة ، وأن يصل الى بيانات وحقائق أكثر تحديدا .

المنهج المستخدم فى الدراسة :

يشير مفهوم المنهج إلى الطريقة التى يتبعها الباحث لدراسة المشكلة موضوع البحث . أو بمعنى آخر فانه يشير إلى أسلوب التفكير المنظم والكيفية التى يصل بها الباحث إلى هدفه، أى دراسة الظاهرة المعنية .

وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعى .

أداة جمع البيانات :

وهى هنا الاستقصاء ... وقد تم استيفاء بيانات الاستمارة عن طريق أخصائى العلاقات العامة نفسه حتى تعطى له حرية الإجابة دون تأثير من الباحث نظرا لحساسية موضوع الدراسة

وقد اشتملت الاستمارة على أربعة أنواع من الاسئلة :

١. أسئلة تهدف إلى الكشف عن مدى المعرفة .

٢. أسئلة تهدف إلى التعرف على الرأى .

٣. أسئلة تهدف إلى الكشف عن الواقع .

٤ - أسئلة قصد منها استشفاف أوجه معينة متعلقة بالعمل .

وقد حرص الباحث على أن تحتوى الاستمارة على عدد من الأسئلة المفتوحة ، حتى تتيح قدرا أكبر من الحرية للمبحوثين للتعبير عن آرائهم فى النواحى التى رأى الباحث أهمية لذلك، ولكن مع مراعاة لإقلال منها ، قدر الإمكان ، لأنها تعطى اجابات متنوعة كما أن إجابات المبحوثين قد تفسر بأكثر من معنى ، وذلك قد يؤدى إلى صعوبة فى التحليل.

وقد روعى بصفة عامة فى الاستمارة البساطة ، والوضوح فى الأسئلة وأن تكون ألفاظها قريبة من الواقع الميدانى. وقد تضمنت الاستمارة :

- معلومات شخصية عن أخصائى العلاقات العامة الذى يعمل فى مجال السياحة ، كالمؤهل العلمى ، نوعية الدراسة ، اللغات الاجنبية التى يجيدها ، السن ، النوع ، الخبرة .
- معلومات عن أهمية العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها فى السياحة .
- معلومات عن مدى مشاركة إدارات أخرى فى المنشأة لعمل إدارات العلاقات العامة السياحية .
- موضوعات عن بحوث العلاقات العامة.
- معلومات عن وسائل الاتصال التى تستخدمها العلاقات العامة فى اتصالاتها بالجماهير.
- معلومات عن الصفات الواجب توافرها فى أخصائى العلاقات العامة السياحية وأهم هذه الصفات .
- معلومات عن طبيعة الدور الممارس للعلاقات العامة فى السياحة والصعوبات التى تعترض تلك الممارسة ووسائل التغلب عليها .

نتائج الدراسة :

إن نتائج الدراسة الميدانية التى أجريت على العاملين بالإدارة العامة للعلاقات العامة السياحية بوزارة السياحة – مجتمع البحث – توضح ما يلى :

١ – النواحى العلمية والتخصصية للعاملين

(أ) المؤهل العلمى :

أوضحت الدراسة زيادة عدد الحاصلين على مؤهل عال عن باقى المؤهلات الأخرى فقد زادت نسبة المؤهلات العليا عن المتوسطة بمقدار ٢١,٨٧٥٪ كما زاد التركيز على نوعيات الخريجين ذوى الكفاءة من الناحية اللغوية ، فقد احتل الحاصلون على مؤهلات (آداب–ألسن) النسبة الكبرى . كذلك التنويع فى المؤهلات المتخصصة ذات الطابع المتعلق بالنواحى السياحية كالإعلام والآثار . لكن يؤخذ على هذا التنويع فى المؤهلات ، عدم وجود خريجين من الحاصلين على بكالوريوس السياحة .

(ب)الالمام باللغات:

- رغم التركيز على المؤهلات ذات الاهتمام اللغوى ، إلا أن الدراسة أوضحت أن أغلب العاملين يجيدون لغة واحدة أو لغتين . بينما لم تتعدى نسبة الذين يجيدون أكثر من لغتين إلا ٦٪ تقريبا من العاملين .
- كان التركيز على اللغة الانجليزية ثم الفرنسية بينما كان نصيب الأسبانية ٩٪ والالمانية ٦٪ فقط .

٢ – نوع العاملين ومتوسط أعمارهم ومدد خبرتهم فى العمل :

أظهرت الدراسة أن الغالبية العظمى من العاملين بالإدارة من النساء ،وقد بلغ متوسط أعمارهن ٣٤ سنة تقريبا . ولديهن خبرة فى مجال العمل تتعدى الخمس سنوات . وقد أوضحت الدراسة أن متوسط سنوات الخبرة للعاملين ٧ سنوات وهذا شئ مرغوب فيه .

٣ – أهمية العلاقات العامة وأهدافها فى السياحة :

أوضحت الدراسة أهمية العلاقات العامة أهمية مطلقة وأن أهم الاهداف التى تسعى إلى تحقيقها وفقا لآراء العاملين بالإدارة هى الفوز بثقة الجمهور الخارجى فى المقام الأول بينما الهدف فى كسب تأييد الجمهور الداخلى كان فى ذيل القائمة

أما بالنسبة لوظائف العلاقات العامة فى مجال السياحة ، فقد احتلت أعمال الحفاوة المقام الأول وبلغت درجة اهميتها ٧٨٪ تقريبا – يليها فى درجة الأهمية أعمال التشهيلات (حجز – تأشيرات – خدمات وتسهيلات) بينما كانت باقى الوظائف ذات أهمية أقل وهى على التوالى (نشر ودعاية ، دراسة اتجاهات الجماهير) ، على الرغم من أن أهم وظائف العلاقات العامة ينبغى أن تكون دراسة اتجاهات الجماهير فى المقام الأول لفهم ميولها وعاداتها وتقاليدها للعمل على تلبيتها ضمانا للفوز بالثقة والتأييد .

٤ – البحوث :

أوضحت الدراسة أن ادارة العلاقات العامة لاتقوم بإجراء بحوث بالمعنى المفهوم للبحوث ولكنها تعتمد أساسا فى هذه الناحية على تحليل الشكاوى بالدرجة الأولى ثم الاجتماعات والمناقشات بالدرجة الثانية ، وأن أسباب عدم إجراء البحوث تتلخص فى :

١. عدم إيمان الإدارة العليا للمنشأة بالبحث كوظيفة أساسية من وظائف العلاقات العامة
٢. عدم وجود مخصصات مالية لإجراء البحوث .
٣. عدم وجود فنيين بإدارة العلاقات العامة مؤهلين للقيام بمثل هذه البحوث .
٤. إن إجراء البحوث ليس من اختصاص إدارة العلاقات العامة ولكن من اختصاص جهات أخرى فى المنشأة .

٥ – وسائل الاتصال بالجماهير :

أوضحت الدراسة أن أهم وسائل الاتصالبالجماهير الداخلية تتم عن طريق الشكاوى والتظلمات ثم المقابلات الشخصية يليها الخطابات والرسائل الداخلية ، كما أوضحت الدراسة أن اهم وسائل الاتصال بالجماهير الخارجية تتم بواسطة المطبوعات السياحية ثم توجيه الدعوات.

٦ – التدريب :

أوضحت الدراسة أهمية دور التدريب فى الإعداد المهنى بالنسبة للعاملين فى هذا المجال ، وقد حصل أغلبهم على دورات تدريبية بعضها تخصصية فقط فى مجال العلاقات العامة السياحية وبعضها تثقيفية أو إدارية فقط ، وقد حصل نسبة قليلة منهم على أكثر من دورة تدريبية ونسبتهم لا تتعدى ١٦٪ من العاملين ، وكانت السمة الغالبة للدورات التدريبية التثقيفية العامة فقط ، بينما تقاربت نسبة الحاصلين على دورات تخصصية أو إدارية فقط ،

٧ – أهم الصفات الواجب توافرها فى أخصائى العلاقات العامة :

أوضحت الدراسة أن الثقافة والاطلاع والاجادة التامة لعدة لغات وسعة الصدر والخلق القويم والقدرة على معاملة الناس ذات المقام الأول فى الأهمية بالنسبة للصفات ،

أما حب الاستطلاع والميل للاختلاط وسرعة البديهة والبشاشة والقدرة على تكوين علاقات وقوة الشخصية فهى فى المرتبة الثانية من الأهمية ،

وهذه الصفات جميعها لايمكن التغاضى عن أحداها بالنسبة لأخصائى العلاقات العامة غير أن صفة النضج العاطفى لم تحظ إلا بدرجة أهمية ضعيفة رغم أهمية توافر هذه الصفة فى المقام الأول لضمان الوقار واحترام قدسية العمل المنوط إليه ،

٨ – المقابل المادى والمعنوى :

أوضحت الدراسة كذلك ضرورة كفالة حق العاملين من المقابل المادى والمعنوى ذلك لكون المقابل المادى ذو أهمية بالنسبة لحسن المظهر واللياقة التامة كما أن المقابل المعنوى ضرورى أيضا حتى لا تنعكس آثار الإحباط الذى يتعرض له أخصائى العلاقات العامة أثناء العمل فى تعامله مع الجمهور .

أهم الصعوبات التى تواجه إدارة العلاقات العامة :

أوضحت الدراسة أن هناك صعوبات تواجه إدارة العلاقات العامة وتحول بينها وبين تأدية وظائفها – كما ينبغى أن تكون فى تنشيط السياحة .

وفيما يلى الصعوبات مرتبة ترتيبا تنازليا حسب درجة الأهمية من وجهة نظر أفراد مجتمع البحث :

١. عدم الاهتمام بتدريب العاملين بالإدارة على الأساليب والأدوات الحديثة اللازمة لعملهم فى هذا المجال .
٢. عمليات التخفيض المستمر فى ميزانية الإدارة بدعوى ترشيد الانفاق .
٣. عدم وضوح المفهوم من العلاقات العامة .
٤. عدم تحديد أنشطة العلاقات العامة تحديدا دقيقا .
٥. الإحباط الشديد الذى يتعرض له العاملون داخل المنشأة وخارجها باعتبار أن عملهم ثانوى
٦. غياب الأسلوب العلمى فى ممارسة وظيفة العلاقات العامة .
٧. عدم اقتناع الإدارة العليا للمنشأة بوظيفة العلاقات العامة كوظيفة أساسية من وظائف الإدارة .

التوصيات :

وفيما يلى مجموعة من التوصيات العامة يخرج بها البحث ، يضعها الباحث أمام المسئولين عن العمل السياحى لعلها تجد اهتماما ، وذلك حتى يمكن تجنب الكثير من الصعوبات التى تعترض الممارسة المهنية السليمة . وبذا نكون قد فتحنا الطريق أمام العلاقات العامة لتأدية وظائفها – كما ينبغى أن تكون – فى هذا المجال الحيوى العام.

١ – اقناع الإدارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة والدور الذى يمكن أن تلعبه فى هذا المجال.

٢ – الاختيار السليم للعاملين فى مجال العلاقات العامة السياحية ، ومن ثم إعادة النظر عند توزيع الخريجين للعمل بإدارات العلاقات العامة السياحية ويفضل أن يكون من خريجى كلية السياحة .

٣ – أن يكون هناك اتصال مشترك بين كلية السياحة وإدارة العلاقات العامة السياحية وذلك لتبادل الرأى بخصوص متطلبات الإدارة من الكفاءات المطلوبه ، وأن يلاقى الخريجين فى السنوات النهائية تدريبهم العملى بإدارة العلاقات العامة السياحية تحت إشراف الأخصائيين وبتوجيهات الأساتذة المتخصصين.

٤ – الاستعانة بأساتذة العلاقات العامة والسياحة بالجامعات فى النواحى البحثية وعرض المشاكل التى تتعرض لها حتى يمكن إيجاد الحلول العلمية عن طريق البحوث النظرية والتطبيقية .

٥ – رسم سياسة للغات التخاطب فى إدارة العلاقات العامة بشرط توافر معظم اللغات الأجنبية المتداولة .

٦ – الاهتمام بالتدريب التخصصى على أن يشتمل على النواحى الإنسانية والنفسية والإدارية علاوة على الجوانب الفنية المتعلقة بطبيعة العمل لاسيما التدريب على الأساليب والأدوات

الحديثة اللازمة للعمل كالأساليب الإحصائية والكمية فى جمع البيانات والمهارات السلوكية مع الجماهير .

٧ – الاهتمام بالبعثات التدريبية للخارج وذلك لدراسة طبائع وعادات وتقاليد هذه الشعوب بالإضافة إلى الاستزادة باللغات واكتساب الخبرات والمعرفة فى هذا المجال .

٨ – التنسيق الاتصالى بين ادارات العلاقات العامة والادارات الاخرى المتعلق عملها بالسياحة

٩ – وضع لائحة مالية متطوره خاصة بإدارة العلاقات العامة تتمشى مع تزايد الحركة السياحية بالبلاد وسياسة الانفتاح الاقتصادى .

١٠ – تطوير وسائل الاتصال التى تستخدمها إدارة العلاقات العامة فى اتصالاتها بالجماهير الداخلية والخارجية على أن تكون متسمة بالمرونة والسرعة ، وأن تكون المبادرة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة وأيسر للجمهور .

تبادل البرامج
الإذاعية بين الدول الأفريقية

الباحـــــث : حمدى حسن محمود .

الدرجة العلمية : الماجستير .

الاشـــــراف : أ.د/ إبراهيم إمام .

ســــنة المنح : ١٩٨١م .

مشكلة الدراسة :

تنحصر مشكلة هذه الدراسة فى بحث كيفية مساهمة الإذاعة باعتبارها أهم وسلة اتصال جماهيرية فى أفريقيا فى معالجة هذه الأمور المصيرية ودور التبادل الإذاعى بين الدول الأفريقية فى دعم الاتصال والتفاعل ونقل المعلومات بين الدول الأفريقية وشعوب العالم الأخرى بما يساعد الدول الأفريقية على التعاون والتكيف الحضارى •

وثمة أهمية هذه الدراسة تأتى من أحدا لم يلتفت إلى دراسة الأذاعة الأفريقية فى المكتبة العربية ، بل إن دراسة التبادل الإذاعى فى أفريقيا ربما كانت هذه الدراسة فى مقدمة الدراسات التى تتناول هذا الأمر كما أوضح ذلك فى لقاء شخص رئيس اتحاد الاذاعات الأفريقية أثناء زيارته للقاهرة ، ولقد واجهت الباحث عدة مشكلات أثناء البحث لعل ندرة المعلومات والإحصاءات الحديثة كانت أعقدها جميعا والتى ضن بها اتحاد الإذاعات الأفريقية رغم مراسلته رسميا عن طريق اتحاد الاذاعة والتلفزيون المصرى واحجام هيئات الاذاعة

الأفريقية عن الرد والمبالغة التى وردت فيما وصل من ردود وقد اعتمدت فى الاحصاءات على ما ورد فى بعض المراجع الأجنبية واحصاءات اليونسكو وغيرها .

فروض الدراســـــة :

يختبر هذا البحث ثلاثة افتراضات يرى الباحث أنها تتمثل فى :

أولا : أن الاذاعة الافريقية بشقيها المسموع والمرئى تعتمد فى تنظيمها وتجهيزاتهـا الفنيـة على مصادر غير إفريقية . ويعنى هذا :

١ – إن تنظيم الإذاعة لايعبر عن الواقـع المحلـى ولا يلبـى مـن احتياجـات المجتمـع المحلى .

٢ – ان اعتماد الإذاعة فى تجهيزاتها على مصـادر غـير إفريقيـة يؤثـر علـى فعاليـة الإذاعة فى أدائها لدورها .

ثانيا : إن التبادل البرامجى بين الإذاعات الأفريقية ضعيف . ويعنى هذا :

١ – أن الإذاعة فى أفريقيا لا تلعـب دورا يذكـر فـى بلـورة الشـخصية الأفريقيـة وجمع كلمة الشعوب الأفريقية تجـاه قضاياهـا العامـة وترسـيخ المثـل الأفريقيـة العليا .

٢ – أن الاذاعة فى أفريقيا لا تسهم بالقدر المطلوب فى تلاقى الشعوب الافريقيــة وتعارفها طالما انها لا تقدم فكر وثقافة وحضارة الشعوب الأخرى لمستمعيها

ثالثا : إن الإذاعة الافريقية تعتمد على مصادر برامجية غير أفريقيـة بنسـبة كبـيرة ، وهـذا يعنى:

١ – ان القارة الافريقية تتعرض لغزو ثقافى أجنبـى يسـاهم فـى حمايـة المصـالح الأجنبية فى أفريقيا .

٢ – ان مساحة زمنية كبيرة تضيع من وقت الإذاعـة الافريقيـة فـى غـير صـالح الشعوب الأفريقية .

٣ – ان الاذاعة الأفريقية لا تساهم بالقدر المطلوب فى تأكيد الهوية والثقافة الأفريقية داخل الدول الأفريقية .

منهج البحث :

استخدم البحث المناهج الآتية :

أولا : المنهج التاريخى لبيان نشأة وتطور الإذاعة فى أفريقيا إبان الفترة الإستعمارية وما تلاها وعرض نشأة وتطور التبادل البرامجى على المستوى الدولى .

ثانيا : المنهج الوصفي وذلك لبيان الواقع الحالى للإذاعة الأفريقية من مختلف عناصر العملية الإذاعية والموقف الراهن للتبادل البرامجى على المستوى الدولة وحالة التبادل البرامجى داخل القارة الافريقية وبيان واقع الاتصالات الأرضية والفضائية فى القارة الأفريقية .

خطة البحث :

ويتكون البحث من ثلاثة أجزاء :

الأول : وهو جزء عام يتناول فيه الباحث الواقع الأفريقى بعرض موجز لهذا الواقع من النواحى الاقتصادية والاجتماعية لإلقاء الضوء على بيئة البحث .

الثانى : ويتناول فيه الباحث نشأة وتطور الإذاعة فى أفريقيا والظروف التى أحاطت بهما والشكل الحالى لتنظيم الإذاعة وامكانات الإذاعة الأفريقية من ناحية الانتاج والارسال والاستقبال ومصادر التمويل وما تقوم به الإذاعة تجاه المجتمعات الأفريقية.

الثالث : ويعرض فيه الباحث لنشأة وتطور فكرة التبادل البرامجى على المستوى الدولى ويعرض لأهم الاتحادات الإذاعية العاملة فى هذا المجال ثم يعرض للمنظمات العاملة فى أفريقيا سواء على مستوى القارة أو على المستوى الإقليمى والجهود التى تبذل فى مجال التبادل البرامجى والإخبارى بين دول القارة والتبادل بين أفريقيا والعالم الخارجى ويعرض الباحث من خلال هذا الجزء معوقات التبادل

البرامجى بين الإذاعات الافريقية وأهمية تطوير شبكة الاتصالات الأرضية والفضائية ، والعناصر اللازمة لقيام تبادل فعال بين دول القارة الأفريقية .

أهم النتائج :

يتضح من العرض السابق لموضوع التبادل الإذاعى بين الدول الافريقية بشقيه المسموع والمرئى عدة حقائق :

أولا : ان التبادل القائم بين المنظمات الإذاعية الأفريقية يكاد يكون أبسط أشكال التبادل الإذاعى القائم على المستوى الدولى ، سواء فيما بينها أو داخل اتحاد هيئات إذاعات الدول الأفريقية الذى يرعى شئون الإذاعة على مستوى القارة أو فى إطار اتفاقات ثنائية خارج نطاق الاتحاد أو بين افريقيا والعالم الخارجى والذى يأخذ التبادل فيه شكل التبادل من طرف واحد الذى يكون فى الغالب الأعم من خارج القارة وبصفة خاصة أوربا الغربية والولايات المتحدة .

ثانيا : ان المنظمات الإذاعية الأفريقية فى ظل انعدام التبادل فيما بينمها قد سلكت سبيل شراء أو قبول البرامج الإذاعية الأجنبية غير الافريقية وهو اتجاه ينطوى على خطورة كبيرة تزداد فى أفريقيا بوجه خاص حيث ما تزال الموروثات الإستعمارية تعمل بفعالية داخل المجتمعات الأفريقية وحيث تحتفظ القوى الإستعمارية بمواقع ثقافية فى أفريقيا تعمل فى الحفاظ عليها داخل الدول الأفريقية ومن هنا كانت هذه البرامج بنسبتها المرتفعة خاصة فى مجال التليفزيون وسيلة معاونة فى تحقيق هذه السياسة .

ثالثا : إن الإذاعة الأفريقية – والحال هكذا – لايمكن لها أن تقوم على المستوى الوطنى بدورها الفعال فى تأكيد الشخصية الأفريقية فى مواجهة الغزو الثقافى طالما أن نسبة كبيرة من برامجها مكونة من برامج إذاعية أجنبية تضر فى النهاية بالواقع الأفريقى . . . وطالما أن الحكومات الأفريقية لا تضع الإذاعة فى مكانتها الحقيقية وتلقى منها الرعاية والاهتمام الكافيين وهو ما يوضحه حجم الاستثمارات

الحكومية فى مجال الإذاعة والجهود القليلة التى تبذل لتوفير أجهزة الاستقبال الإذاعية لجموع مواطنيها ممن لا يستطيعون شراء هذه الاجهزة .

رابعا : انعدام الوعى لدى المنظمات الإذاعية الأفريقية بأهمية التبادل الاذاعى فيما بينها ويتضح ذلك من روح الكسل وعدم المبالاه التى تعمل بها هذه المنظمات الإذاعية داخل اتحاد الاذاعات الأفريقية وانعدام الإيجابية فى مواجهة نداءات اتحاد الإذاعات الأفريقية بشأن تقديم عدد من البرامج بشكل دورى لانعاش حركة التبادل بين الدول الأعضاء فى الاتحاد الذى ارتضته شكلا يرعى شئون الإذاعة الأفريقية فى كل من المستويين القارى والدولى .

خامسا : أنه وإن لإقامة تبادل إذاعى بين الإذاعات الأفريقية فإن هذه الإذاعات ما تزال تعانى العوز بالنسبة لأجهزتها خاصة فى مجال التبادل الإخبارى فى التليفزيون وذلك بسبب سوء ششبكة الاتصالات الأفريقية سواء الاتصالات الأرضية أو الاتصالات الفضائية وبسبب ارتفاع تعريفة استخدامها مما يحرم الإذاعة الأفريقية استخدامها وأيضا انعدام العنصر البشرى المدرب على تشغيل عملية التبادل على النحو الذى نراه .

الأسس الفنية

تصميم الإعلان الصحفي في المجلات العامة

اســـم الباحث : محمد أحمد أبو فرحة .

الدرجة العلمية : ماجستير .

اشـــــراف : أ.د/ احسان سعد الدين عسكر .   أ.د/ مصطفى حسين كمال .

ســـنة المنح : ١٩٨٣م .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

وتتعلق مشكلة هذه الدراسة بتحديد الأسس الفنية لتصميم الاعلان الصحفي بالمجلات العامة ، ومدى الاستفادة من هذه الأسس في تصميم الإعلانات في مجلتي المصور وأكتوبر .

لذلك تبلورت أهداف هذه الدراسة لتحقيق هدفين رئيسيين :

١- التأصيل النظرى للأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى بالمجلات العامة .

٢- وصف تحليلي وكمي للاعلانات التى نشرت بالمجلتين خلال عام ١٩٨٢ بهدف التعرف على النقاط التالية :

أ - الاتجاهات الاعلانية بالمجلتين خلال فترة الدراسة .

ب- الاتجاهات الفنية لتصميم الاعلان الصحفى بالمجلتين .

ج- مدى التزام المجلتين باستخدامات الاسس الفنية لتصميم الاعلان بالمجلات الفنية .

د- تحديد الاساليب والوسائل التى تساعد على الارتفاع بالمستوى العلمى والفنى لتصميم الاعلان بالمجلات العامة ومجلتى المصور وأكتوبر خاصة .

منهج الدراسة وأداتها :

استعان الباحث في دراسته بأكثر من منهج للبحث ، فقد اعتمد على المنهج التاريخي والمنهج الوصفي ، ومنهج تحليل المضمون لتحليل عناصر وأسس الاعلان فى مجلتى المصور وأكتوبر ، واستعان أيضا بالمنهج المقارن للمقارنة بين الاعلان بالمجلتين .

وقد استخدم الباحث في دراسته أكثر من أداه للبحث ، فكانت المراجع المكتبية لتأصيل الجوانب النظرية والتاريخية للدراسة ، وكانت أدوات تحليل المضمون لتحديد الاتجاهات الاعلانية والفنية بالمجلتين عن طريق تصميم استمارتى تحليل المضمون الاعلانى بالمجلات والمضمون الفنى بهما وذلك بعد تقنينها .

كما اعتمد الباحث على الملاحظة والمقابلة الشخصية لمعرفة الجوانب التنظيمية لادارة الاعلانات بكل من المجلتين أثرهما على استخدامات الاسس الفنية لتصميم الاعلان بالمجلتين.

نتائج الدراسة :

١- شغلت الاعلانات فى عينة البحث الأساسية بمجلة المصور مساحة قدرها ٢٩٢,٧٥ صفحة بنسبة قدرها ٢١,١٪ من جملة المساحة الكلية لعينة البحث بالمجلة البالغ جملتها ١١٠٤٤ صفحة خلال عام ١٩٨٢م.

٢- أما بالنسبة للمساحة الاعلانية لعينة البحث الأساسية بمجلة أكتوبر فقد بلغت جملتها ٢٧٨ صفحة بنسبة ٢٨,٤٪ من جملة المساحة الكلية لعينة البحث بالمجلة البالغ جملتها ٩٨٢ صفحة خلال عام ١٩٨٢م.

٣- النقص الواضح فى الاعلانات العربية والاجنبية التى كانت تعتمد عليها مجلة المصور نتيجة للعلاقات العربية الحالية مع مصر .

٤- التغيير المتتابع لمجلس ادارة المجلة .

٥- عدم وجود ادارة مستقلة للاعلانات بالمجلة .

٦- عدم وضوح السياسة التحريرية للمجلة .

٧- ندرة الدراسات التى قامت بها المجلة عن القراء والسوق ، مع عدم الاستفادة من الدراسات السابقة التى قامت بها مؤسسات أخرى .

٨- استخدام اسلوب الطباعة الغائرة فى معظم الاعلانات الداخلية بالمجلة ، الامر الذى يؤثر فى وضوح وكفاءة الاعلان ، وبالتالى على اقبال المعلنين للاعلان بالمجلة .

٩- تمسك ادارة الاعلانات بدار الهلال بمبدأ عدم أحقية المعلن فى اختيار موقع اعلانه بزعم أن موقع الاعلان بالمجلة يتوقف على السياسة الاخراجية للمجلة .

١٠- عدم الاستفادة من الامكانيات الفنية لاسلوب الطباعة الملساء المستخدم فى طباعة أغلفة المجلة وبعض صفحات الوسط ، اذ من الملاحظ عدم استخدام صفحة الغلاف الثالثة للاعانات رغم طباعتها بواسطة اسلوب الطباعة الملساء ، بل تم تخصيصها للرسوم الكاريكاتورية بدون ألوان .

١١- اختلاف أنواع الاعلانات بكل من المجلتين ، حيث اعتمدت مجلة المصور على الاعلانات الإعلامية التى جاءت فى المرتبة الأولى من حيث المساحة بها ، وذلك بنسبة قدرها ٧٤,٨٪ من جملة مساحة العينة الاساسية بالمجلة .

١٢- اختلفت أشكال الاعلانات بكل من المجلتين ، حيث جاءت اعلانات المساحة فى المرتبة الاولى بالمجلتين ، الا أنها تفوقت فى مجلة اكتوبر عنها فى مجلة المصور .

١٣- اما بالنسبة للاعلانات التحريرية فقد جاءت فى المرتبة الثانية بالمجلتين مع وجود فارق نسبى بينهما ، حيث تفوقت مساحة الاعلانات التحريرية بمجلة المصور عن مثيلاتها فى مجلة أكتوبر .

١٤- اعتمدت مجلة المصور على أسلوب الطباعة الغائر - الروتوجرافور - في طباعة الاعلانات الداخلية بها سواء الملونة أم غير الملونة ، لذلك كان هذا الاسلوب الطباعي النصيب الاكبر من المساحة الإعلانية في عينة البحث .

التوصيات :

١- رفع المستوى الفنى لدى العاملين بادارات الاعلانات بالمجلات العامة حتى تتكامل الرؤية الفنية لديهم وذلك عن طريق اقامة الندوات والدراسات التدريبية لهم .

٢- انشاء شعبة للاعلان بنقابة الصحفيين ينضم اليها العاملون في ميدان الاعلان الصحفي في الوسائل الاعلامية أو انشاء رابطة مستفادة ترعى مصالحهم .

٣- العمل على وضع ميثاق شرف ينظم أسلوب العمل في الميدان الاعلاني وأن يكون هناك ضوابط عند نشر الاعلانات في الوسائل الاعلانية حماية للمواطنين من الدعاوى الاعلانية الوهمية أو المضللة والمبالغ فيها .

٤- أن تخضع الاعلانات عن السلع الغذائية أو السلع ذات الطبيعة الخاصة التى تستخدم للاستهلاك لنوع من الرقابة الصناعية مع تقديم المعلن شهادة للوسيلة الاعلانية تفيد مطابقة السلعة للمواصفات القياسية حتى يمكن نشرها بها .

٥- الاهتمام بتدريس الجانب الفنى لتصميم الاعلان وخصائص الوسائل الاعلامية لطلاب كليات التجارة ، وأيضا الاهتمام بتدريس الجانب الفنى للتصميم والجانب التسويقى بكلية الاعلام وأقسام الصحافة .

٦- انشاء معهد متخصص فى الدراسات الاعلانية ، تشمل مناهجه على الجوانب الفنية والاعلامية والتسويقية والادارية لتخريج المصمم والمندوب والادارى المتخصص العارف بجوانب الاعلان المختلفة .

الصحافة الحزبية
والحياة السياسية فى مصر
من (١٩٠٦ - ١٩١١)

اســــم الباحث : محمد فتحى على محمد الساعى .

الدرجة العلمية : الماجستير .

اشـــــــراف : أ ٠ د/ ابراهيم امام . دكتور/ محمد منير حجاب .

ســــنة المنح : ١٩٨٣م .

مشكلة الدراسة وأهدافها ومنهجها :

وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الصحافة الحزبية فى مصر تجاه القضايا السياسية ، والوقوف على السياسة التى اتبعتها هذه الصحف فى خدمة الحركة الوطنية المصرية فى فترة شهدت أهم وأنشط أوقاتها ٠ بعد أن كرست هذه الحركة كل جهودها لإنقاذ مصر من نير الإحتلال الإنجليزى وإجلاء قواته عنها ٠

فكيف أدت هذه الصحف ما ألقى عليها القدر من مهامم ؟ وهل نجحت أم لا ؟ وما هى الأساليب التى تناولتها هذه الصحف فى تحقيق دورها الإعلامى والسياسى ؟ هذا هو السؤال الذى حاول الباحث الإجابة عليه من خلال هذه الدرسة ، وقد استخدم فى ذلك المنهج التاريخى٠ لتحقيق كل هذه الأهداف .

خطة الدراسة :

وقد اشتملت هذه الدراسة على تمهيد لظهور الصحافة المصرية تحدث فيه الباحث عن العوامل التى ساعدت على ظهور الصحافة فى مصر ثم تناول فى فصول الدراسة دور هذه الصحف ، فكان لابد أن يتعرض الباحث لظهور الحياة الحزبية فى مصر ، والعوامل الاجتماعية والسياسية التى ساهمت فى ظهور الاحزاب المختلفة ثم تناول دور كل حزب فى السياسة المصرية وهدفه .

وقد ارتبطت الأحزاب بدور الصحف بعد أن نبعت من داخلها وصار لكل حزب لسان حال متمثل فى صحيفة ما أو عدد من الصحف – كما حدث فى الحزب الوطنى– وكان هذا هو موضوع دراسة الفصل الثانى .

وفى الفصل الثالث تناول الباحث دور صحافة الحزب الوطنى – اللواء – العلم – الشعب – فى السياسة المصرية وكيف تناولت الأحداث السياسية التى عاصرتها بالكتابة . وموقف الحزب الوطنى تجاه هذه الاحداث .

وكانت دراسة الفصل الرابع متعلقة بجريدة حزب الأمة " الجريدة " التى تلخص موقفها فى الاعتدال فى تناول القضايا السياسية التى تناولتها الصحف الأخرى حرصا منها على مصالح أصحابها " الأعيان " أما الفصل الخامس فقد كان دراسة لصحافة حزب الإصلاح المتمثلة فى " المؤيد " أقدم الصحف الحزبية حينئذ والتى ارتبطت بالقصر لعلاقة صاحبها بالخديوى الذى أوعز اليه بإنشاء الصحيفة والحزب وقدم له المساعدة المالية لهذا الغرض .

واشتمل الفصل السادس والأخير على تقييم للصحافة الحزبية فى هذه الفترة بعد أن ثبت دورها فى خدمة الحركة الوطنية المصرية ، كما أسهمت فى تعميق الانتماء لدى المصريين ببلادهم فطالبت بالحرية والاستقلال ، والدستور واستنكرت أعمال الاحتلال فى مصر وخارجها.

عاشت مصر فترة من اخصب الفترات فى تاريخها القومى . وشهدت خيرة زعماءها. وهى نفس فترة البحث – وهى خمس سنوات – كانت ثرية فى أحداثها السياسية المؤثرة كما أن الصحافة خلال هذه الفترة ساهمت مساهمة فعالة ولعبت دورا كبيرا ومؤثرا فى الحياة السياسية فتارة تكتب وتعلق عن حدث سياسى ، وترة تدعوا إلى رفض موقف ما وتارة ثالثة توضح قضية أو تتبنى فكرة .

وقد كانت الموضوعات التى تنشرها الصحف موضوع المناقشات فى المدن والريف ووسط عامة الشعب المصرى .

وقد احتلت الصحافة مركزا تحملت المسئولية من خلاله وصار الصحفيون متحدثين بلسان الحركة الوطنية وتزايدت أهمية الصحافة إذ ذاك ، وأكثر من هذا فقد كانت الصحافة مظهرا اجتماعيا للحركة الوطنية فى تلك الفترة .

ويلاحظ أن الصحافة فى تلك الفترة كانت قد استكملت أسباب النضح وأصبحت جديرة بأن تسمى صحافة رأى مهما اختلفت اتجاهاتها – ومن ثم فقد غلب على محرريها شعور عام بأن الصحافة أشد لزوما لمصر .

لكن الجدير بالتسجيل هنا أن الصحافة قد إنبعثت لتكون البؤرة التى يتشكل حولها العمل السياسى ثم تكونت حولها الأحزاب ، فالملاحظ فى هذا الصدد أن الزعامة والصحافة فى مصر فى أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين كانتا شيئا واحدا فى الحقيقة أى أن الزعيم هو الصحفى والصحفى هو الزعيم فى الوقت نفسه وأن الواجب المنوط بأحدهما هو الواجب نفسه المنوط بالآخر ، فعلى يوسف كان زعيما لحزب الإصلاح على المبادئ الدستورية وهو فى الوقت نفسه صاحب جريدة المؤيد ومحررها .

ومصطفى كامل زعيم الحزب الوطني هو نفسه صاحب جريدة اللواء ومحررها . وأحمد لطفي السيد زعيم حزب الأمة – ورئيس تحرير لصحيفة الجريدة التي تنطق بلسان حزبه .

وعلى الرغم من أن هذه الظاهرة قد جاءت فريدة في مصر وفي فترة هذا البحث بصفة خاصة إلا أنها ظاهرة مقبولة عقليا لأن كل مجموعة جمعتها وحدة الفكر والهدف استطاعت أن تكون لها لسان حال تمثل في جريدة صدرت قبل أن يكون لتجمعهم صفة الإعلان والرسمية وعلى ذلك فكانت الظاهرة السابقة التي لم يألفها العمل السياسي في أي من دول العالم ، لكن الذي يستحق التسجيل هنا هو الدور القوي الذي لعبته الصحافة في الحياة السياسية والاجتماعية بصورة ملحوظة .

العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها

دراسة ميدانية على جمهور القراء والمخرجين الصحفيين بالجرائد اليوميه تجاه الصفحة الأولى

اســم الباحث : فوزى عبد الغنى خلاف .
الدرجة العلمية : الماجستير .
اشراف : أ ٠/ يحيى ابو بكر . أ ٠د/ منير حجاب . أ ٠ / سعيد اسماعيل

مشكلة البحث :

تتحدد مشكلة هذا البحث فى تحديد معالم العلاقة بين الشكل والمضمون فـى الصحيفـة باعتبار هذه العلاقة أحد أهـم المشـكلات التى يمكـن أن تسـقط الصحيفـة ، وهـى مشـكلة تبحث في جوهر وصميم الفن الصحفى ، ذلك انه اذا كانت المادة التحريريـة تمثل النكهـة التى تتميز بها صحيفة عن أخرى ، فان مظهر الصحيفـة او تيبوغرافيتهـا أوطريقـة توضيبهـا في التعبير الفني، هي أيسر وسيلة يستطيع جمهور القـراء عـن طريقهـا التعـرف علـى المنتـج الذى يرغبون فى شرائه ، وهو يعد هنا بمثابة الغلاف الذى يتميز به أى منتج عن غـيره مـن المنتجات المنافسة ٠

هدف البحث :

يهدف هذا البحث الى :

١ – التعرف على طبيعة العلاقة بين الشكل والمضمون فى الصحيفة وتحديد معالمها ٠

٢ – توضيح دور الاخراج والمخرج فى توافق الشكل والمضمون ٠

٣ – توضيح دور العناصر التيبوغرافية فى التعبير عن المضمون •

٤ – توضيح تأثير التقدم التكنولوجى الطباعى فى الاخراج •

٥ – التعرف على أكثر أساليب الاخراج الصحفى تحقيقا لتوافق العلاقة بين الشكل والمضمون •

٦ – توضيح العوامل المتحكمة فى مدى توافق الشكل والمضمون •

٧ – التعرف على احتياجات الجمهور ونوعيته ومدى تأثير ذلك على الشكل والمضمون •

٨ – ايجاد الحلول المناسبة بهدف خلق توافق أفضل بين الشكل والمضمون فى الصفحة الواحدة •

فروض البحث :

١ – الصفحة الأولى أهم صفحات الجريدة على الاطلاق •

٢ – الصفحة الأولى أكثر الصفحات حاجة لتوافق الشكل مع المضمون •

٣ – الشكل والمضمون يتأثران بجمهور القراء •

٤ – الشكل والمضمون يتأثران سلبيا بالاعلان التجارى •

٥ – المضمون يتأثر بالقدرة على التوظيف الصحيح للعناصر التيبوغرافية والتقدم التكنولوجى الطباعى فى التعبير عنه •

٦ – سياسة التحرير فى الصحف اليومية تلتزم بالسياسة العامة للدولة •

٧ – الشكل والمضمون يتأثران بسياسة الجريدة التحريرية •

٨ – الشكل والمضمون يتأثران بالاخراج والمخرج الصحفى •

٩ – القيم الخبرية تحدد الاساليب الاخراجية وليس العكس •

١٠– وجود علاقة بين المتغيرات الآتية :

(أ) بين درجة التعليم والسن والجنس ونوع المضامين التى يفضل أن يطالعها القارئ وبين حجم الحروف والألوان والصور وانتظام قراءة الصحف •

(ب) بين المهنة وبين توقيت القراءة •

مناهج البحث وأدواته :

استخدم البحث المناهج والادات الاتية :

١ – منهج المسح الاجتماعى .

٢ – منهج دراسة الحالة .

واستخدم الباحث الادوات التالية فى جمع البيانات :

١ – الملاحظة بالمشاركة بالنسبة لقراءة الجريدة ومدى الانفعال بالشكل والمضمون فى الصحيفة وذلك بمعايشة الباحث لذلك ، بقرائته اليومية للجرائد ومراقبة جمهور القراء من المحيطين والتعرف على أوجه استحسانهم واستيائهم لذلك .

٢ – صحيفة استقصاء لجمهور قراء الصحف ، وتم تطبيقها على عينة عشوائية بنسبة ١٠٪ من مجتمع البحث .

٣ – صحيفة استقصاء للمخرجين الصحفيين بالجرائد اليومية ، ثم تطبيقها على المخرجين الصحفيين ممن عملوا لخمس سنوات فأكثر .

نتائج الدراسة :

ومن واقع النتائج الاحصائية والتحليلة لصحيفتى استقصاء جمهور القراء والمخرجين الصحفيين بالجرائد اليومية الثلاث (الاخبار – الاهرام – الجمهورية) توصل الباحث الى تحقيق فروضه ، وكانت أهم نتائج البحث كما يلى:

١ – أن الصحفة الأولى أهم صفحات الجريدة على الاطلاق .

٢ – الصفحة الأولى أكثر الصفحات حاجة لتوافق الشكل مع المضمون ، فقد استجابت نسبة ٧٠ ٪ من اجمالىعينة القراء الى أن اتفاق الشكل مع المضمون فى الصحفة الأولى ، هو الذى يلفت انتباههم .

٣ – الشكل والمضمون يتأثران بجمهور القراء ، فطلبة الجامعة وعمالها يفضلون الاخبار السياسية ، فالرياضية فالاقتصادية فالادبية فالحوادث فالفنية فالدينية ، بينما يفضل الاساتذة والموظفون الاخبار السياسية أولا ثم الاقتصادية ، وكذلك تؤيد نسبة ٨٨٪ قراءة مقالا افتاحيا بالصفة الأولى .

وبالنسبة لتأثر عامل الشكل بجمهور القراء أثبتت الدراسة أنه :

- العنوان العريض الممتد بعرض الصحفة لم يعد ذا مغزى وذلك لكثرة استخدامه بدون مناسبة .
- ان استخدام البواقى والترحيل للصفحات الأخرى ، اصبح مشكلة للمخرج نفسه كما تسبب الضيق للقراء بنسبة ٩٥٪ .
- وانه كلما زادت الجريدة من استخدام الصور والرسوم زادت نسبة توزيعها .

٤ - الشكل والمضمون يتأثران سلبيا بالاعلان التجارى ، كما يلى :

- فاستخدام عناصر تيبوغرافية كثيرة واللجوء الى التصميمات غير المألوفة للاعلان، يقتل المادة التحريرية المجاورة.
- كما أن استخدام الصور فى الاعلانات يؤدى الى الغاء أو تحريك الصور المجاوره لها فى المادة التحريرية .

كما توصلت الدراسة الى وجود مجموعة من العلاقات الترابطية هى:

١ - كلما ارتفعت درجة التعليم كلما زادت درجة الاهتمام بالمحتوى على حساب الشكل والعكس صحيح .

٢ - الذكور يهتمون بالمضمون أكثر من الشكل والاناث بالعكس .

٣ - كلما اقترب السن من الشباب زاد الاهتمام بالموضوعات التى تهتم بالجسد كالرياضة كما أن ذلك يوضح ان الذكور نظرا لاختلافهم الجسمانى عن الاناث يفضلون النشاط الرياضى (لتميزه بالحركة) بينما فضلن الاناث النشاط الاجتماعى.

٤ - كلما زادت درجة التعليم كلما زادت الرغبة فى قراءة الخبر بدون رأى الجريدة والعكس صحيح .

٥ - كلما زادت درجة التعليم كلما قلت الرغبة في القراءة بحروف كبيرة الحجم والعكس صحيح .

٦ – كلما زادت درجة التعليم فضل القراء اللون الاسود فى العناوين ، وكلما قلت درجة التعليم فضل القراء اللون الأحمر فى العناوين .

٧ – كلما انخفضت درجة التعليم زاد استخدام الصورة فى الصحف .

٨ – كلما صغر السن زاد استخدام الصورة والحروف الكبيرة فى الصحف .

٩ – كلما زادت درجة التعليم كلما زادت درجة قراءة الصحف بانتظام .

١٠– الاساتذة والطلبة يقرأون الصحف فى الصباح .

١١– الموظفون والعمال يقرأوها بعد الظهر عقب الخروج من العمل .

١٢– الاناث يقرأن الصحف فى المساء (موظفات).

أهم التوصيات :

١ – لم يعد المانشيت يحمل أهم الاخبار ، لذا نوصى بالاتجاه الى تعدد العناوين الرئيسية فى صدر الصفحة الأولى .

٢ – عند استخدام الالوان فى العناوين نوصى باستخدام اللون الاسود بصفة عامة ويليه اللون الأحمر ، ثم لون أخر يتكون من عمل تناسق بين لونين .

٣ – زيادة مساحة الاخبار السياسية ثم الاقتصادية ثم الرياضية فالاجتماعية فالحوادث ، مرتبة نفس الترتيب وأن تتصدرها الاخبار المصرية ثم العالمية ثم العربية .

٤ – زيادة تدريب مصورى الصحف ، حتى يقدموا لنا صورا أكثر خبرية .

٥ – عدم اللجوء الى استخدام البواقى ، والترحيل الى الصفحات الداخلية الا فى حدود ضيقة جدا .

٦ – العمل على التجديد المستمر فى شكل الصفحة الأولى .

٧ – يجب تحديد مساحة ثابته وأقل مما هى عليه الآن لاعلانات الصحفة الاولى.

٨ – ينبغى أن يتم الاخراج الصحفى وفقا لقيمة مضامينه الخبرية وليس العكس .

٩ – التوقف عن نشر صور كبار المسئولين التى تصاحب الاخبار الروتينية اليومية والتى تشغل حيزا دون مبرر والاهتمام بتحسين الطباعة والالوان .

١٠- عدم التركيز على الاخبار الروتينية للقيادات ويفضل نشر قضية أو خبر أكثر أهميـة حتى لو كان لمواطن عادى .

١١- انشاء مركز دراسات لمعرفة اتجاهات ونوعية قراء الصحف بكل صحيفة .

دور صحافة الاطفال

فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى

دراسة تحليلية لمضمون مجلتى ميكى وسمير

ودراسة ميدانية على جمهور الاطفال وأولياء

الأمور المعلمين بمدينة سوهاج

اســـــم الباحثة : سحر محمد وهبى .
الدرجة العلمية : ماجستير .
الاشـــــراف : أ.د/ يحيى أبو بكر . د/ عبد الوهاب كحيل. د/ بدرية شوقى
تاريــــخ المنح :١٩٨٥.

مشكلة الدراسة وأهدافها :

كانت مشكلة هذه الدراسة والتى ظلت محل اهتمام الباحثة منـذ بدايـة التفكـير فـى القيام بهذه الدراسة وحتى لحظه التوصيات مرتبطة بالإجابة عن السؤال التالى:

" ما هو المضمون الذى نحرص على تقديمه لأطفالنا من خلال صحافة الأطفال بصفة خاصة ؟ والى أى مدى يمكـن اعتبـار هـذا المضمـون انعكاسـا لثقافـة المجتمـع المصـرى ، وبمعنى آخر الى أى مدى تساهم صحافة الأطفال بما تقدم من مضمون فى تحقيق التنشئة الاجتماعية لأطفالنا ؟ " .

وتم بلورة هذه المشكلة في مجموعة من الأهداف تسعى الدراسة الميدانية للتعرف عليها وهي :

١- التعرف على جمهور الأطفال القارئ لهذه المجلات ميكي وسمير .
٢- التعرف على اتجاهات الأطفال تجاه صحفهم الخاصة .
٣- التعرف على آراء الأطفال في المضمون المقدم لهم .
٤- التعرف على آراءالأطفال في شخصيات مجلات الأطفال .
٥- التعرف على آراء الآباء والمعلمين في مضمون وشخصيات مجلات الأطفال.
٦- التعرف على آراء الآباء والمعلمين في القيم الاجتماعية بمجلات الأطفال.
٧- التعرف على آراء الآباء والمعلمين في دور صحافة الأطفال في التنشئة الاجتماعية للطفل.

أما أهداف الدراسة التحليلية فكانت كالاتي:

١- الى أى مدى نجحت مجلتي ميكي وسمير في تقديم المعلومات التي تساعد على تحقيق التنشئة الاجتماعية السليمة للطفل المصرى ؟
٢- ما هي الأنماط المختلفة التي استخدمتها مجلتي ميكي وسمير في تحرير المضمون الذى قدمتاه . والى أى مدى استفادتا من الصور والرسوم ؟ وما هو المحتوى الثقافي للمادة المصورة بها ؟
٣- ما هي الخصائص المميزة للفئة التي استخدمتها ميكي وسمير وهل تتفق مع خصائص لغة الطفل في هذا العمر والى أى مدى ساعدت على تحقيق التنشئة الاجتماعية السليمة للطفل؟
٤- ما هي الخصائص النفسية لشخصيات ميكي وسمير وما هي القيم التي عكستها هذه الشخصيات؟

٥- ما هى الأنماط المختلفة للعلاقات الاجتماعية السائدة بين شخصيات ميكى وسمير والتى على ضوئها يمكن تحديد طبيعة المجتمع الذى تعكسه هذه المجلات وخصائصه وتنظيماته والقيم السائدة فيه .

٦- ما هى الأساليب الفنية التى استخدمتها ميكى وسمير لتحقيق التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى .

٧- ما هى الأساليب المختلفة التى تساعد على نجاح صحافة الطفل فى تحقيق التنشئة الاجتماعية المطلوبة للطفل المصرى وبالتالى تلافى أوجه القصور فى هذا المجال الهام

المناهج المستخدمة وأدوات جمع البيانات :

منهج المسح الميدانى وذلك بالنسبة لعينة الأطفال والآباء والمعلمين .

منهج المسح التحليلى لمضمون عينة عشوائية من مجلتى ميكى وسمير واستخدمت كأدوات لجمع البيانات استمارة الاستبيان – استمارة تحليل المضمون .

نتائج الدراسة :

١- ان نسبة من يقرأون مجلات الاطفال من جملة عينة الدراسة تبلغ ٦٨,٨٪ ومن يقرأونها بصورة منتظمة لاتزيد عن ٢٨,٦٪ .

٢- من حيث مدى القراءة فان نسبة ٥٠٪ من العينة يقرأون موضوعات منتقاه بينما ٤٧٪ منهم يقرأونها كلها ، كما أن ٢٢٪ منهم يرون أن هناك موضوعات تنشرها المجلة ويمكن الاستغناء عنها لعدم أهميتها ، وترى نسبة ٢٥٪ أنه توجد موضوعات هامة لم تتعرض لها مجلتهم المفضلة ويرغبون فى قراءتها .

٣- تأتى مجلة ميكى وسمير فى مقدمة المجلات التى يقرأها الأطفال .

فيفضل مجلة ميكى ٢١,٤٪ وسمير ١٨,٤٪ وتأتى ميكى كمجلة مفضلة فى رأى عينة الآباء لدى ٣٠٪ منهم ومجلة سمير فى رأى ٢٢,٧٪ من عينة الأباء.

٤- لايكتفى الأطفال بقراءة مجلتهم وصحفهم فقط بل يقرأون الى جانب ذلك صحف ومجلات الكبار وذلك بنسبة ٥٩,٤٪ من جملة عينة الأطفال .

٥- أما عن الأسباب المختلفة التى تدعو الأطفال لقراءة مجلاتهم فكانت أهمها من وجهة نظرأطفال العينة ما يلى :

١- تساعدنى على قضاء وقت فراغى .

٢- تعلمنى أشياء مفيدة .

٣- بها قصص مسلية وطريفة .

٤- تزودنى بمعلومات عامة .

أما من وجهة نظر الآباء والمعلمين فكانت أهم أسباب تشجيعهم لأطفالهم على قراءة صحافة الأطفال ما يلى:

- تنمية حصيلتهم اللغوية .
- تشجيعهم على القراءة .
- تزويدهم بمعلومات عامة .
- قضاء وقت فراغهم فى شئ مفيد .

٦- وبخصوص تدخل الآباء فى اختيار الصحف والمجلات التى يقرأها أطفالهم وجد أن نسبة ٣١,٧٪ منهم يتدخلون فى الاختيار بينما ٢٠٪ يشترون لأبناءهم هذه المجلات ونسبة ٢٣,٣٪ يشاركون أبناؤهم فى قراءة مجلاتهم ، بينما يقوم بالشرح والتعليق على مضمون هذه المجلات ٧٠٪ من جملة أفراد عينة الآباء .

* أما عن شخصيات مجلات الأطفال ودورها كقدوة لهم نجد أن ٤٥,٣٪ من عينة الأطفال يعجبون بشخصيات أعجبتهم الىدرجة التقليد .

وان نسبة من يقلدها ليكون مثلها تبلغ ٥٨,٥٪ بينما ٤١,٥٥٪ يقلدونها ليكون افضل منها .

* وعن مدى مساعدة مجلات الأطفال لأفراد العينة فى استيعاب المواد الدراسة نجد أن ٦٨٪ تساعدهم مجلاتهم فى فهم واستيعاب موادهم الدراسية وجاءت فى استطلاع الآباء نسبة قريبة من ذلك حيث يرى ٦٣٪ منهم أنها تساعد أبناءهم على فهم واستيعاب المواد الدراسة .

وبمقارنة هذه النتائج بما توصلت اليه الدراسة التحليلية لمجلتي ميكي وسمير نجد أن نسبة مساحة المعلومات العامة ٤٪ في مجلة ميكي و ١٤٪ من مساحة مجلة سمير وقدمت فيها معلومات ثقافية وتاريخية وعلمية ودينية وفنية ورياضية وصحية ،

أما بالنسبة للغة العامة المستخدمة في مجلات الاطفال فقد اعترض ٧١,٦٪ من الآباء عليها ، وعلى الرغم من ذلك فان ميكي تستخدم اللغة العامية في ٥٢٪ من جملة المساحة المقروءه بها ، بينما مجلة سمير تستخدم العامية في ١٠٪ فقط من جملة المساحة المقروءه بها ،

يوافق ٥٥,٥٪ من جملة عينة الأطفال على أن مجلات الطفل تقدم لهم معلومات تتناقض مع ما يتعلمونه في المدرسة والبيت ، ولذلك فان نسبة ٦٣,٣٪ من جملة عينة الآباء تقوم بتصحيح معلومات خاطئة لأبنائهم يحصلون عليها من صحافة الأطفال.

أهم التوصيات :

١. ضرورة تحديد الأهداف التي تسعى صحف ومجلات الطفل لتحقيقها

٢. أن تتفق هذه الاهداف مع متطلبات البيئة المحليةمن جيث ماتتميز به من خصائص ثقافية وإجتماعية،

٣. ان المضمون الذى تعكسه الصور والرسوم فيصحافة الاطفال لايقل أهمية عن المضمون الذى تعكسه القيم والافكار في صحافة الأطفال ،ولذلك يجب أن يتجه المضمون الى تأصيل القيم الإسلامية في الأجيال الناشئة حماية لمستقبلهم،

٤. يجب ان تحرص صحافة الطفل على وقاية الأجيال الناشئة من ظواهر الغزو الثقافى والفكرى فى أشكاله وانواعه المختلفة،

٥. ان صور العلاقات الإجتماعية التى تعكسها الشخصيات التى تقدمها مجلات الاطفال يجب ان تتفق مع أنماط العلاقات الإجتماعية الإسلامية وبالصورة التى تحقق روابط الحب والوفاء والتآلف بين أفراد الأمة الإسلامية .

٦. يجب ان تقلل صحافة الطفل من أنماط العلاقات العدوانية بين شخصياتها .

٧. على صحافة الطفل ان تركز على الدوافع التى تتفق مع طبيعة المجتمعات الإسلامية .

٨. على صحافة الطفل ان تتجنب استخدام اللغة العامية وان تستخدم العربية المبسطة المستخدمة فى كتب القراءة المدرسية .

٩. إنشاء شعبة لإعلام الطفل بأقسام الإعلام القائمة وتدريس مادة صحافة الطفل بها .

١٠. ترسيخ القيم الجديدة التى لاتتعارض مع قيمنا ومعتقداتنا وتتفق فى الوقت نفسه مع واقع العالم المعاصر .

١١. تشجيع المؤلفين والرسامين والفنيين على انتاج الموضوعات الصالحة لصحافة الطفل على الا يكون هذا الانتاج تقليدا للانتاج الغربى بل انعكاسا لواقع المجتمع ومنسجما مع تاريخه الحضارى .

دور الاتصال الشخصى

فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى

دراسة ميدانية على إحدى قرى محافظة سوهاج

اســـم الباحث : محمود أحمد عبد الغنى .
الدرجة العلمية : الماجستير .
اشـــــراف : أ.د/ محمد منير حجاب . أ. يحيى أبو بكر .
تاريخ المـــنح : ١٩٨٥ .

مشكلة الدراسة :

لما كانت معظم الخطط والبرامج التنموية فى كثير من الدول النامية لم يحالفها التوفيق لأنها لم تأخذ فى اعتبارها عاملا هاما وعنصرا حاسما يمكن أن يؤدى إلى نجاح أو فشل هذه الخطط والبرامج ، وهو الاتصال الشخصى .

ولما كانت معظم النتائج التى توصلت اليها جميع الدراسات والبحوث التى أجريت فى مجال الاتصال والتنمية تؤكد على أهمية عامل الاتصال الشخصى فى تحقيق التنمية ، لهذا فإن مشكلة هذه الدراسة تنحصر فى محاولة لتحديد الدور الحقيقى الذى يقوم به الاتصال الشخصى فى مجال التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى.

أهداف الدراسة :

وقد تم بلورة هذه المشكلة فى مجموعة من التساؤلات هى :

١- من هم القائمون بالاتصال الشخصى فى القرية ؟

٢- ما هى صفات القائمين بالاتصال الشخصى فى القرية ؟

٣- ما هو أثر هذه الصفات على درجة تقبل الناس لأفكارهم التى تساعد على تحقيق التنمية الاجتماعية فى القرية ؟

٤- ما هى الأماكن التى يتم فيها الاتصال الشخصى بنجاح فى القرية ؟

٥- هل ينجح الاتصال الشخصى فى التعريف بالخدمات الاجتماعية التى تساعد على النهوض بالقرية عن وسائل الاتصال الجماهيرى ؟

٦- هل تحقق وسائل الإعلام فى نشر المعلومات الاجتماعية إذا لم تتبع بوسائل الاتصال الشخصى؟

٧- ما هى درجة الثقة التى يوليها الأهالى للقائمين بالاتصال الشخصى الذين يتصفون بالتدين فى القرين ؟ وما هو أثر ذلك على سرعة تقبل الناس لأفكارهم ؟

خطة الدراسة :

الباب الأول : الاطار النطرى للدراسة : ويتضمن ستة فصول ، يتناول الفصل الأول الاتصال الشخصى ، ويتحدث عن الأسباب التى تدفع إلى الاهتمام بالاتصال الشخصى فى المجتمعات النامية ، ونماذج الاتصال الشخصى ، والعوامل التى تؤثر على فاعلية ونجاح عملية الاتصال الشخصى ، والفرق بين الاتصال الشخصى والاتصال الجماهيرى •

ويتناول الفصل الثانى : المجتمع الريفى والتنمية الاجتماعية ، ويتحدث عن خصائص المجتمع الريفى ، ودافع الاهتمام بالتنمية الاجتماعية فى المجتمع الريفى ، والمشاركة الشعبية والتنمية ، وعلاقة التنمية الاجتماعية بالتنمية الاقتصادية ، ومعوقات التنمية الاجتماعية •

ويتناول الفصل الثالث : أشكال الاتصال الشخصى ، التى يمكن الاستعانة بها فى إحداث التنمية الاجتماعية فى المجتمع الريفى • كما يتناول الفصول الرابع : قادة الرأى كقائمين

بالاتصال الشخصى ، ويتحدث عن السمات المميزة لقادة الرأى ودور قادة الرأى فى التنمية وتدريب القادة وأهمية استعانة قادة الرأى بعامل الدين ، ويتناول الفصل الخامس : التكامل بين الاتصال الشخصى والاتصال الجماهيرى • ويتناول الفصل السادس : الدراسات السابقة ، وفى هذه الفصل تم عرض أهم الدراسات السابقة إلى لها صلة بموضوع الدراسة •

الباب الثانى : ويشمل الدراسة الميدانية ، ويحتوى على ثلاثة فصول . الفصل السابع : اجراءات الدراسة الميدانية • الفصل الثامن : العرض الجدولى لصحيفة الاستبيان ، وتقرير عن القائمين بالاتصال الشخصى فى قرية البحث • الفصل التاسع : النتائج والتوصيات •

منهج البحث وأدواته :

تعد هذه الدراسة فى الدراسة الوصفية وتستخدم منهج المسح الميدانى أفضل المناهج التى تساعد على تحديد اهداف هذه الدراسة •

أما بالنسبة لأداة جمع البيانات فقد أملت طبيعة هذه الدراسة على الباحث استخدام أسلوب المقابلة •

عينة الدراسة :

تم اختيار عينة الدراسة من " أرباب الاسر " من قرية الطوايل الغربية مركز ساقلته التى يبلغ عددها ١٢٠٠ أسرة تقريبا على أساس عشوائى من واقع كشوف الانتخابات ، بعد استبعاد الأفراد الذين لايعدون من أرباب الاسر ، وحيث تم ذلك بواسطة عدد من الإخباريين الذين يعرفون القرية جيدا ، وقد اخترنا شخصا من كل ستة أشخاص ، وبالتالى فإن العينة العشوائية قد تكونت بنسبة ١٧٪ تقريبا •

نتائج الدراسة :

وكانت من أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة هى :

١- الأشخاص الأكثر اتصالا بغيرهم فى مجتمع القرية تختلف مقدرتهم الاتصالية بغيرهم باختلاف الموضوع أو الغرض الذى يتم من أجله الاتصال •

٢- إن معظم أفراد عينة الدراسة لايعتمدون على أنفسهم فى حل المشكلات التى تواجههم، بل يتصلون بالآخرين من أجل حلها ، وإن أهم هذه المشكلات التى تشغل اهتمام معظم أفراد القرية مشكلات متعلقة بالأرض والزرع ، وعلى ذلك فإن الشخص الذى يلجأ إليه القرويون لأخذ رأيه فى مشكلات الزراعة يعتبر من أهم القائمين بالاتصال الشخصى فى القرية .

٣- أما عن الاسباب التى تجعل أفراد عينة الدراسة يتصلون بشخص معين من أجل اخذ رأيه فى موضوعات تتعلق بأعمالهم فكانت بالترتيب التالى أهميتها لهم :

١- الثقة ٢ - الخبرة ٣ - عامل القرابة

٤ - عدم الإحراج فى الاستفسار منه عن أى شئ

٥ - عامل الصداقة ٦ - الجيرة

٤- إن خطبة الجمعة كإحدى وسائل الاتصال الشخصى الموجود بالقرية تؤدى دورا هاما وفعالا فى تحقيق التنمية ، وذلك من خلال ما تقدمه من مبادئ وقيم إسلاميه تساعد على تحقيق التنمية ، ويمكن أن يزداد هذا الدور أهمية إذا أخذت على عاتقها مداومة نشر الوعى الاجتماعى والأفكار الإسلامية ، التى تساعد على النهوض بالقرية خاصة وأن صلاة الجمعة يواظب عليها جميع أفراد القرية تقريبا .

٥- ان الاتصال الشخصى أكثر قدرة من الاتصال الجماهيرى فى تعريف الأهالى بالمشروعات التى تساعد على النهوض بالقرية إذ كانت نسبة من أجابوا بأن مصدرهم فى المعرفة هو الاتصال الشخصى ١٠٠٪ من أجمالى الذين أجابوا بأن هناك مشروعات أقيمت فى القرية .

٦- ان وسائل الاعلام تزود وتمد الاتصال الشخصى بالموضوعات التى تخدم اغراض التنمية .

٧- ان درجة استفادة الاهالى من المعلومات التى تخدم اغراض التنمية والتى تنشرها وسائل الاعلام الى حد كبير على مدى متابعة وسائل الاتصال الشخصى (مثل المناقشة) لهذه الموضوعات .

٨- ان أهم الاماكن التى يتم فيها مناقشة ما تطرحة وسائل الإعلام من معلومات أو موضوعات تخدم أغراض التنمية يمكن ترتيبها حسب أهميتها كالاتى:

١- المندرة ٢- البيت ٣ - المقهى

٤- المسجد ٥- الحقل

التوصيات :

١- عمل دراسات مستمرة لمعرفة الأشخاص الأكثر اتصالا وتأثيرا فى المجتمع الريفى للتعرف على هؤلاء الاشخاص ، باعتبارهم عناصر فعالة لإحداث التنمية الاجتماعية فى المجتمعات المحلية ، وبالتالى إقامة دورات تدريبية لتثقيفهم وتوعيتهم بأهمية دورهم فى النهوض بالمجتمع .

٢- توجيه الاهتمام والعناية بالقيادات الدينية وكيفية اعداد وتدريب هذه القيادات على تنمة مجتمعاتهم نظرا لما يتمتع به هؤلاء القادة كقائمين بالاتصال الشخصى فى القرية من قوة التاثير فى نفوس الأهالى من خلال الدروس الدينية بالمساجد ، ومن خلال خطبة الجمعة التى يحرص عليها أفراد المجتمع الريفى.

٣- توجيه الاهتمام إلى الجمعية الزراعية والوحدة الصحية والمسجد كمؤسسات للاتصال الشخصى موجودة بالقرية يمكن أن تقوم بدور هام فى نشر التوعية اللازمة التى تساعد على دفع عجلة التنمية إلى الامام.

٤- توجيه الاهتمام إلى قوافل الثقافة كإحدى أجهزة الاتصال الشخصى التى يمكن أن تقوم بدور هام فى نشر الوعى والإرشاد الاجتماعى الذى يخدم أغراض التنمية الاجتماعية.

٥- يجب أن يكون هناك تخطيط وتكامل بين القائمين على الاتصال الشخصى فى المجتمع الريفى ، وبينهم وبين أجهزة الاتصال الجماهيرى فى تناول الموضوعات التى تخدم التنمية فى المجتمع الريفى ، حتى لايكون المستقبل فى تلك المجتمعات المحلية فريسة للتناقض بين ما يتلقاه من رسائل عن أجهزة الاتصال الجماهيرى ، وما يستمع اليه المسئولون عن الاتصال الشخصى.

٦- الاهتمام بدور المشرف الزراعى والطبيب كقائمين بالاتصال الشخصى فى المجتمع الريفى والعمل على تدريبهم وتوعيتهم بأهمية دورهم فى تنمية المجتمع الريفى.

٧- يجب أن يهتم العاملون فى تنمية المجتمعات المحلية بأماكن تجمعات أفراد المجتمع الريفى لمناقشة الموضوعات التى تخدم أغراض التنمية والتى تنشرها وسائل الإعلام.

٨- يوصى الباحث بتدريس مادة الاتصال الشخصى وتنمية المجتمعات المحلية بأقسام الإعلام والاجتماع المنتشرة فى الجامعات المصرية ، لتعريف الطلاب بأهمية الدور الذى يمكن أن يقوموا به فى تنمية مجتمعاتهم الريفية أو الحضرية .

علـــى أمين صحـفيا

دراسة فنية وتاريخية

١٩٣٠ - ١٩٧٦

اسم البـاحـــث : عبد الله محمد زلطة .

الدرجة العلمية : الماجستير .

اشـــــــراف : أ ٠ د/ ابراهيم إمام . أ ٠ د/ محمد منير حجاب .

سنة المنـــــح : ١٩٨٥ م٠

مشكلة البحث وأهدافه :

يجمع الباحثون والمتخصصون فـى مجال الدراسات الإعلاميـة ، علـى أن دراسـة تـاريخ الصحافة ، تعد على جانب كبير من الأهمية ، إذ تتيح فرصة التعرف علـى بعـض الجوانـب الخفية في هذا المجال كما أنها تفيد في استخلاص الدروس والعظات ، التي يساهم الوقـوف عليها في دفع عجلة مهنة الصحافة إلى الأمام وذلك بتلافى الأخطـاء وأوجـه القصـور التـى وقعت في الماضى ، والاستفادة مما أنجزه رواد الصحافة الأوائل وتقييم أدوارهم التي لعبوهـا عبر سـنوات طويلـة ٠ ولاشـك أن التقيـيم النهـائي لأى شـخصية هامـة ، سـواء فـى مجـال الصحافة ، أو فى غيرها من المجالات ، يقاس بما أنجزه صاحب هـذه الشـخصية ، ومـا تركـه وخلفه لوطنه وللأجيال التالية من بعده ٠

وانطلاقا من هذا المفهوم ، اتجه الباحث إلى دراسة تاريخ الصحافة المصرية من خلال شخصية لعبت دورا ملموسا ، وتركت آثارا واضحة على مهنة الصحافة ، وهي شخصية علي أمين وستتم دراستها خلال الفترة من ١٩٣٠ حتى ١٩٧٦م ، وذلك لمجموعة من الأسباب اهمها أن هناك اجماعا بين المفكرين وكبار الكتاب والصحفيين في مصر والعالم العربي، على أن على أمين واحدا من جيل الصحفيين الرواد الذين صنعوا التقدم الحديث لمهنة الصحافة العربية ، وأنه صاحب مدرسة صحفية متكاملة ، لها ما لها ، وعليها ما عليها، وقد صنع على أمين هذه المدرسة الصحفية ، بالاشتراك مع شقيقة التوأم مصطفى أمين ، فتركت آثارا واضحة في الصحافة المصرية والعربية ، أبرزها هذا الكم من الصحفيين المحترفين الذين تربعوا على عرش الصحافة فترات طويلة ولا يزال العديد من تلاميذ على أمين ، يطبق نفس أسس ومبادئ المدرسة التي أرساها منذ حوالي أربعين عاما .

المناهج المستخدمة في البحث :

وبالنسبة للمناهج المستخدمة ، فقد ركزت الدراسة علي الاستعانة بمجموعة من المناهج العلمية ، وهي :

أولا : المنهج التاريخي :

حيث حتم استخدامه ضرورة التعرض لأحداث ووقائع سياسية واجتماعية واقتصادية ، بالإضافة إلى بعض الجوانب المتعلقة بتاريخ الفن الصحفي وتكنكيه عبر فترات زمنية متلاحقة .

ثانيا : منهج دراسة الحالة :

واستخدام هذا المنهج يساعد الباحث على التعمق في جذور الشخصية في مختلف مراحلها والتحليل النفسي والاجتماعي للأدوار التي لعبتها الوراثة والبيئة ، وبخاصة في المراحل الأولى من حياة الانسان .

ثالثا : المنهج المقارن :

وذلك لتحليل آرائه ومواقفه فى صحف أخبار اليوم ، من بعض القضايا ، مقارنـة بآراء ومواقف بعض الصحف الأخرى من نفس القضايا ، وأيضا مقارنة آراء ومواقف علـى أمـين وصحف أخبار اليوم خلال بعض الفترات الزمنية ، وبيان ما بها من انسجام أو تناقض .

رابعا : تحليل المضمون :

وقد استخدم هذا المنهج فى تحليل مضمون العديد من المقالات والأعمـدة التـى كتبهـا على أمين ، لتوضيح مواقفه من بعض القضايا والموضوعات ، وللوقوف علـى بعـض مفـاتيح شخصيته خاصة ما يتعلق منها بالجانب الفكرى .

أبواب وفصول البحث :

وفيما يتعلق بالأبواب والفصول ، فقد تم تقسيم البحث إلى ثلاثة أبواب وتعرض الأول منها لمناقشة النشأة الأولى لعلى أمين وتكوين شخصيته الصحفيـة . وتنـاول البـاب الثـانى : أشهر المعارك الصحفية التى خاضها على أمين مع حزب الوفد ومع القصر الملكى ومع ثـورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ . وفى الباب الثالث عرض لمفاتيح شخصية على أمين وللأسـس والملامـح الفنية لمدرسة على أمين الصحفية . وللآثـار التـى تركهـا علـى أمـين فـى الصحافـة المصريـة والعربية .

أهم النتائج :

وقد انتهت الدراسة إلى نتائج عديدة ويمكن حصر أهمها فيما يلى :

١ إن دراسة تاريخ الصحافة المصرية من خلال دراسة تاريخ بعض الشخصيات الصحفية التى لعبت دورا ملموسا ، تعد على جانب كبير من الأهمية للدارسـين والبـاحثين فـى مجال الصحافة .

٢ إن على أمين يعد أحد رواد المدرسة الصحفية الحديثة فى مصر والعالم العربى ، وخاصة فى ميادين استقاء الأخبار والاهتمام بها واخراج الجرائد والمجلات ، كما أنه أولى اهتماما كبيرا للإدارة الصحفية وأسندها إلى خبرائها .

٣ إن على أمين كان من أهم رواد الصحافة فى مجال تطويع اللغة العربية للفن الصحفى بطريقة تقترب كثيرا من لغة المحادثة ، مما أضفى الحيوية على فن الصحافة ، واستمر أثره حتى يومنا هذا .

٤ إن على أمين استفاد فائدة كبيرة من اطلاعه على الصحف الأجنبية ، وخاصة البريطانية والفرنسية والأمريكية .. وبدأ ذلك واضحا فى شكل وإخراج الصحف التى أصدرها .

٥ تبين للباحث أثر الثقافة الهندسية التى تلقاها على أمين فى بريطانيا ، على اهتمامه الشديد بفن الطباعة ومتابعة التطور التكنولوجى فى مجال آلات الطباعة ، وما يطرأ عليها من تحسين وتطوير .

٦ تجاوزت مدرسة على أمين حدود عصره إلى تلاميذه الذين تلقوا أصول الفن الصحفى على يده ، وقادوا مسيرة الصحافة من بعده .

٧ اتضح للباحث من خلال دراسته لشخصية على أمين الصحفية أن نظام الملكية الفردية للصحافة ونظام ملكية الدولة لايؤدى الغرض المطلوب من إصدار الصحف وتحقيق الغايات السامية للإعلام الصحفى .

٨ ان الصحافة المصرية تمتعت بالحرية بنسبة لا باس بها ، خلال السنوات السابقة على ثورة يوليو عام ١٩٥٢ ، ولولا هذه الحرية ، ولولا القضايا التى فجرتها بعض الصحف، ومن بينها صحف أخبار اليوم ، فى تلك الفترة ، لربما تأخر قيام الثورة .

٩ انه فى ظل ثورة يوليو ، حدثت تحولات هائلة وانجازات كبيرة فى عديد من المجالات ، أما فى مجال الصحافة فقد انتكست هذه المهنة انتكاسا واضحا ، حيث غابت

الديمقراطية الحقيقية وحرية الرأى باعتراف جميع المفكرين والكتاب الذين عاشوا فى خضم تلك الفترة .

١٠ ان شعور الصحفيين بأنهم مجرد موظفين في صحف تخضع لسيطرة الحكومة يصيبهم بالتقاعس ويقتل فى نفوسهم روح المغامرة والمبادرة والابتكار .

١١ و توفر مناخ الحرية الملائم للمؤسسات العامة والدستورية والصحفية قبل سنة ١٩٦٧ لربما تفادت مصر الوقوع فى تلك الهزيمة المروعة .

١٢ أنه لا سبيل لتقدم أى مجتمع ، إلا بوجود صحافةحرة تعبر عن الرأى والرأى الآخر ، ووجود الديمقراطية بمفهومها العلمى الصحيح فى نفس الوقت .

١٣ ان هناك عشرات بل مئات الأفكار التى خطتها أقلام مصرية ، كان يمكن أن تفيد المجتمع المصرى وتعود عليه بالنفع ، لو أن القيادة السياسية وجميع المسئولين فى مختلف القطاعات اهتموا بها ، فظلت حبرا على ورق .

التـــــوصيات :

وهناك مجموعة من التوصيات التى تفيد فى الارتقاء بمهنة الصحافة ويقدمها الباحث على الوجه التالى :

١. إنشاء مركز للدراسات والأبحاث الصحفية ، يتبع نقابة الصحفيين فى مصر ، ويضم المتخصصين فى دراسة تاريخ الصحافة لإعداد دراسات علمية مقننة فى مجال تاريخ الصحافة المصرية .

٢. يوصى الباحث نقابة الصحفيين فى مصر ، بأن تضم إلى عضويتها حملة الماجستير والدكتوراه المتخصصين فى تاريخ وفنون الصحافة .

٣. يوصى الباحث جميع المهتمين بشئون الصحافة المصرية بالبدء فى وضع معايير مقننة لأوضاع الصحافة المصرية وملكيتها .

٤. الأخذ بنظام تمليك الصحف للمساهمين من أفراد الشعب والعاملين فى المؤسسات الصحفية بحيث لايزد سعر السهم الواحد عن عشرة جنيهات ولا يزيد عدد الاسهم المملوكة لفرد واحد عن ألف سهم • ويمكن تغيير هذه النسبة مستقبلا حسب الظروف الاقتصادية للمجتمع •

٥. يوصى الباحث (جمعية على أمين ومصطفى أمين للصحافة) باصدار جريدة (اخر لحظة) التى كان يأمل على أمين قبل وفاته ، فى إصدارها على أن تكون نموذجا للصحيفة المستقلة التى تقدم الفن الصحفى بعناصره وأبعاده المختلفة •

الخبر فى القرآن الكريم

اســـم الباحـث : أحمد حسين محمدين .
الدرجة العلمية : الماجستير .
الاشـــــراف : أ ٠ د/ الحسينى أبو فرحة .   دكتور/ عبد الوهاب كحيل .
ســـنة الـمنح : ١٩٨٧ .

مشكلة الدراسة :

تتصـل مشـكلة هـذه الدراسـة بجانب مـن الجوانـب الإعلاميـة ذات الصلـة الوثيقـة بالقرآن الكريم والذى حفلت به آياته وسوره الكريمة ، وهو فن الخـبر الإعلامـى اللبنـة الأولى فى بناء الصحافة والفن الأول الذى ترتكز عليه معظم الفنون الصحفيـة الأخرى وذلك بقصد إبراز جانب من جوانب عظمة القرآن الكريـم وتقريـر أسـبقيته فـى تقنـين أسس الممارسة الإعلامية الصحيحة .

أهداف الدراسة :

يهدف البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية :

١- هل يختلف مفهوم الخبر الإعلامـى فـى القـرآن الكريـم عـن مفهومـه لـدى رجـال الإعلام فى العصر الحديث ؟

٢- هل حدد القرآن الكريم قواعد وأحكام ومعـاير يجـب اتباعهـا عنـد صياغـة الخـبر الإعلامى؟

٣- ما مدى التوافق والاختلاف بين المعايير التى جاء بها القرآن والمعايير التـى وضعهـا رجال الإعلام فى العصر الحديث ؟

٤- هل يمكن ممارسة الخبر الإعلامى (الحصول عليـه • وتقريـر أهميتـه • وصياغتـه) بصورة أفضل من التى تتم فى وسائل الإعلام حاليا وبناءا علـى دراسـة الخـبر فـى القرآن الكريم •

خطة الدراسة :

تتكون هـذه الدراسـة من خمسة فصول ، حرصت علىأن تجمـع فـى تقسـيماتها الداخلية بين النظرية والتطبيق ، كما توخيت أن تكون متتابعة تتابعا منطقيا •

فقد اشتمل الفصل الأول على تمهيد يوضح أهميـة القـرآن الكريـم وفضلـه وتنـاول أيضا معنى الخبر فى اللغة ومعناه عند علماء مصطلح الحديث ، ولدى علماء البلاغة • وتناول الفصل الثانى توضيحا لأهمية الخبر الإعلامى فـى العصـر الحديـث ، ثـم عـرض لأهمية الخبر فى القرآن الكريم فى العهدين المكى والمدنى • وتعرض فى الفصل الثالث لأهم القواعد التى وضعها رجال الإعلام المعاصر عند صياغة الخبر ، كما تنـاول عرضـا لأهم الأسس التى وضعها القرآن عند صياغة الخبر وتشمل هذه الاســس : دقـة اختيـار الألفاظ ولياقتها ، ووضوحها ، وموضوعيتها ، ثم صياغة الخبر فى جمل قصيرة ، وبألفاظ مألوفة • وتعرض أيضا لعرض القوالب الفنية لصياغة الخـبر فـى القـرآن الكريـم والتـى تمثلت فى قالب الهرم المقلوب وقالب الهرم المعتدل • وتناول الفصل الرابع معايير الحكم على الخبر فى القرآن الكريم والتـى تمثلـت فـى المعايـير الأخلاقيـة التـى اشـتملت علـى عناصر : الصـدق ، والدقة ، والحيــدة الموضوعيـة ، ثـم المعايـير الزمنيـة ، والتـى تتنـاول عناصر : الآنية وعنصر الاثر الزمنى المستمر ، ثم المعايير الصحفية والفنية والتى تنـاولـت عناصر الأهمية والغرابة ، ثم القرب أو المحلية • ثم عرض لأهم المعايير الإنسـانية وتدور حول عناصر الشهرة والعنصر الإنسانى .

وفي الفصل الخامس والأخير تم عرض ضوابط الخبر في القرآن الكريم وثم تحديدها في القائم ببث الخبر ، ونتناول صفاته والضوابط التي تحكم عمله ، ثم من حيث مضمون الخبر وطريقة صياغته ثم من حيث الجمهور ثم من حيث الآثار المترتبة على الخبر ، وشمل هذا الفصل مقارنة بين معايير الخبر في الإعلام المعاصر وبين معايير الخبر في القرآن الكريم ، ثم عرض أيضا هذا الفصل النتائج التي توصل إليها الباحث من خلال البحث ثم عرض لبعض التوصيات •

النتائج :

١- أن القرآن الكريم جاءت آياته وسوره تحمل أخبارا من الله سبحانه وتعالى إلى أهل الأرض جميعا ، وقد جاءت هذه الأخبار مشتملة على المقاييس والمواصفات الرامية، مما يؤدي إلى نتيجة حتمية هي أن القرآن الكريم سبق رجال الإعلام في الاهتمام بالخبر ، وفي وضع الشروط والمواصفات للخبر ، وأن ما وضعه رجال الإعلام من مقاييس وشروط مستمد أساسا من القرآن الكريم •

٢- أن القرآن الكريم قد ارتبط منذ أول وهلة فجعل أمره وحيا ، أي خبرا يتنزل به جبريل عليه السلام عن ربه سبحانه وتعالى على قلب نبيه المصطفى صلى الله عليه وسلم وقد اتخذ هذا الارتباط شكلا اصطلح على تسميته فيما بعد أي لدى النظريات الإعلامية الحديثة " بالعملية الإعلامية " التي تقوم على ركائز أربعة هي: المرسل والرسالة والمستقبل ووسيلة نقل الرسالة التي ينضوي تحت مسماها كافة أجهزة الاعلام الحديثة ووسائلها من راديو وتلفزيون ووكالات أنباء وسينما ومسرح وصحف ومجلات وكتب وغيرها •

٣- أن للخبر في القرآن أهمية قصوى سواء في العهد المكي أو العهد المدني ، ففي العهد المكي اتضحت أهمية الخبر القرآني في :

أ – إعلام الرسول صلى الله عليه وسلم بالأحداث أولا بأول •

ب– إجابة السائلين على أسئلتهم •

ج- تثبيت النبى صلى ا لله عليه وسلم .
د - لفت أنظار المسلمين إلى اغلاطهم وردهم إلى الصواب .
هـ- فى الإعجاز

٤- اشتمل القرآن الكريم على القصص الإخبارية وتكاد تكون كل القصص القرآنية قصص إخبارية .
٥- أن القرآن الكريم جاء بالشروط والمواصفات التى يجب أن تتوفر فى القائم بأداء الخبر - المخبر الصحفى - كما حدد له طريقة عمله وواجباته .
٦- أوجب القرآن الكريم على الجمهور المتلقى للخبر مسئولية التبين والتثبت من الخبر ومن راوى الخبر ، ورد الخبر إلى أولى الأمر قبل إذاعته ، وأوجب أن لا يتبعوا أى خبر الا بعد أن يعلموا يقينا حقيقته ، كما أوجب عليهم كذلك تدبر مضمون الخبر قبل أن يتداولوه فيما بينهم .

التوصيات :

١- على رجال الإعلام فى الدول الإسلامية أن يستمدوا أصوله ونظرياته من خلال آيات وسور القرآن الكريم فهو زاخر بالأحكام والتعاليم الشاملة لكل مجالات الحياة وخاصة أصول وفنون الإعلام .
٢- يجب على رجال الإعلام فى البلاد الإسلامية أن يوضحوا أهمية التعاليم التى جاء بها القرآن وخاصة فى مجال الإعلام ويبينوا مدى صلاحية هذه التعاليم لكل عصر .
٣- على الحكومات الإسلامية أن تنشىء مزيدا من المؤسسات الإعلامية ، كوكالات الأنباء القارية والإقليمية ، حتى يمكننا أن نتعامل مع الأخبار التى تعنينا تعاملا مباشرا لا عن طريق الوسائط الأخرى من وكالات أنباء أجنبية وغيرها ممن يلونون الأخبار بألوانهم ويدسون فى الأخبار ما يشككون به المسلمين فى معتقداتهم وأصول دينهم .

٤- ضرورة الالتزام بكافة المعايير والضوابط التى جاء بها القرآن الكريم فى مجال تناول الخبر .

٥- إنشاء مجلة إسلامية بطباعة حديثة بها أخبار ومقالات شارحة للإسلام الحنيف ومبادئه القويمة ، وبها أبواب متخصصة .

٦- إنشاء محطة تليفزيون إسلامية فى الدول الكبرى تذيع باللغات الأجنبية أصول التعاليم الإسلامية .

٧- يجب أن تعمل الحكومات فى الدول الإسلامية على إنشاء كليات إعلام اسلامية ، يدرس فيها الإسلام ، وكذلك الإعلام الإسلامى والنظريات الإعلامية المختلفة ، والعلوم السياسية والمذاهب المعاصرة والدراسة المقارنة للأديان .

٨- يجب أن يقوم على أجهزة الإعلام فى الدول الإسلامية رجال تتوفر فيهم الصفات والشروط التى حددتها تعاليم القرآن والسنة .

مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر

دراسة ميدانية

على صحف إقليم جنوب الصعيد

اســم الباحث : عماد الدين عثمان أبو زيد .

الدرجة العلمية : ماجستير .

اشــــراف : د./ فوزيه فهيم حسن .   د./ عبد الوهاب كحيل .

ســـنة المنح : ١٩٨٧ .

مشكلة الدراسة :

تنحصر مشكلة هذه الدراسة فى تحديد أهم المشكلات التى تواجه الصحف الإقليمية فى مصر وبصفة خاصة فى إقليم جنوب الصعيد ، وتوضيح إلى أى مدى يمكن أن تعوق هذه المشكلات الوظيفة التى يجب أن تؤديها الصحف الإقليمية ، فى محاولة الوصول الى بعض المقترحات من أجل حل هذه المشكلات .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد :

١- أهم الوظائف التى من الممكن أن تؤديها الصحيفة الإقليمية.

٢- أهم العقبات والمشكلات التى تواجه المحرر فى الصحيفة الإقليمية .

٣- أهم المشكلات التى تتعلق بتمويل الصحيفة الإقليمية.

٤- أهم المشكلات التى تتعلق بعملية توزيع الصحيفة الإقليمية.
٥- أهم الامكانيات المتاحة للصحف الإقليمية.
٦- أنسب الطرق والوسائل المناسبة لحل هذه المشكلات .

منهج البحث وأداة جمع البيانات :

هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح الميدانى لكونه من أفضل المناهج التى تساعد على تحديد أهداف هذه الدراسة ، أما بالنسبة لأداة جمع البيانات ، فقد أملت طبيعة هذه الدراسة استخدام أسلوب الإستقصاء بالمقابلة ويرجع السبب فى تفضيل هذا الأسلوب فى جمع البيانات إلى ما يلى :

١- ان هذه الاداة تتيح للباحث الفرصة لسبر أغوار المبحوثين للتحقق من صحة وصدق البيانات التى أدلوا بها .
٢- تمكن مقابلة الباحث للمبحوثين من تجاوز حالات الملل واللامبالاة التى يمكن أن تسيطر أحيانا على بعض المبحوثين .

عينة الدراسة :

وبالنسبة لهذه الدراسة فإن مجموع الأفراد الذين أجريت عليهم الدراسة يمثلون جميع المحررين الذين يعملون فى الصحف الإقليمية وعددهم ٨٢ محررا ، وقد تم اختيار المحررين للأسباب الآتيه :

١- إن المحررين هم أقدر الأفراد إجابة على الأسئلة الخاصة بأهم المشكلات التى تواجه الصحف الإقليمية .
٢- انهم الصق الأفراد بالصحيفة الإقليمية وأقدرهم حكما عليها وعلى اقتراح أنسب الطرق لحل مشكلاتها بالنسبة للتمويل والتوزيع .
٣- أنهم أقدر من يستطيع الحكم على مدى وجود عملية ربط بين الصحيفة والقراء أم لا .

أهم نتائج الدراسة :

١- هناك خلط واضح بين مفهوم كل من الصحيفة المحلية والصحيفة الإقليمية حيث يستخدم البعض المفهومين على أنهما بمعنى واحد على الرغم من وجود اختلاف بينهما ، فالصحيفة الإقليمية تصدر لتغطى باهتماماتها وتوزيعها إقليميا جغرافيا كاملا ، أو محافظة كاملة على الأقل ، فى حين تصدر الصحيفة المحلية على مستوى مدينة أو مركز وتستهدف نشر اخباره ومشكلاته وتوزع داخله .

٢- يعتبر وجود الصحيفة الإقليمية ضروريا فى الإقليم حيث يرى ذلك ٩٨,٧٨٪ من إجمالى أفراد العينة كما أن وجودها ضروريا بدرجة كبيرة جدا حيث يرى ذلك ٩٦,٣٤٪ فى حين يرى ٣,٦٦٪ أن وجودها ضرورى بدرجة كبيرة فقط .

٣- جاءت فى مقدمة المبررات عن وجود الصحيفة الإقليمية فى الإقليم أنها تناقش عن قرب مشكلات الإقليم إذ رأى ذلك ٦٩,٥١٪ من إجمالى أفراد العينة ، فى حين رأى ٣٩,٠٢٪ أنها تنشر تفاصيل أكثر من تلك التى تنشرها الصحف المركزية عن الإقليم ويلى ذلك : لأن الجمهور يمكنه الاتصال بها بسهولة ولأنها تقدم خدمات لايمكن أن تقدمها الصحف المركزية لأبناء الإقليم ثم لأنها تخاطب احتياجات الأغلبية الكبرى من أبناء الاقليم وأخيرا لأن المحررين بها معروفون لأهل الاقليم .

٤- إن الصحيفة الإقليمية من الممكن أن تكون من وسائل الاتصال الهامة والضرورية فى الإقليم والدليل على ذلك أن نسبة كبيرة جدا من أفراد العينة يرون أن رسائل القراء تصل بصفة دائمة اذ رأى ذلك ٨٥,٣٧٪ ولم ير أى فرد أن الرسائل لا تصل أبدا ، أو بصفة نادرة فى حين يرى ١٤,٦٣٪ ان الرسائل تصل أحيانا .

٥- قلة اهتمام الصحف الإقليمية بنشر الأخبار والتعلقيات السياسية الإقليمية كما رأى ذلك أكثر من نصف أفراد مجتمع الدراسة .

٦- لاتقوم الصحيفة الإقليمية بنشر أخبار جميع الأحزاب السياسية على السواء فى الإقليم نظرا لطبيعة تمويلها وحصولها على الدعم من المحافظة ، فيرى ٧٤,٤٠٪ من اجمالى المبحوثين انها تقوم بنشر أخبار حزب الاغلبية فقط ، فى حين يرى ١٤,٦٣٪ انها تهمل

نشر أخبار الأحزاب الأخرى غير حزب الأغلبية ، ويرى ١٠,٩٧٪ من المبحوثين أنها تقوم بنشر أخبار جميع الأحزاب السياسية على السواء .

٧- ان جميع رؤساء تحرير صحف مجتمع الدراسة يقيمون اقامة كاملة فى القاهرة حيث العمل الاساسى لهم .

٨- ان نسبة عالية من العاملين فى مجال التحرير من الحاصلين على مؤهلات أقل من الجامعية ٤٠ ٪ ، إذ بلغت نسبة الحاصلين على المؤهل فوق المتوسط ١٣,٤١٪ .

٩- ان نسبة عالية من الحاصلين على مؤهلات جامعية من غير المتخصصين فى مجال الصحافة ٦٠٪.

١٠- ان مشاركة الإناث فى مجال التحرير فى صحف إقليم جنوب الصعيد قليلة إذ لم تبلغ نسبة المحررات فى صحف اقليم جنوب الصعيد ٨,٥٤سوى ٪ من اجمالى أفراد المحررين.

١١- ان نسبة كبيرة من العاملين فى مجال التحرير فى صحف اقليم جنوب الصعيد يعملون فى مديريات الحكم المحلى بالمحافظات اذ بلغت نسبة العاملين فى أجهزة الحكم المحلى ٣٥,٢٩٪.

١٢- ان نسبة عالية من اجمالى العينة لم تحصل على دورات تدريبية فى مجال الصحافة اذ بلغت نسبة هؤلاء ٧١,٩٥٪ .

١٣- ان نسبة ٥١,٤٧٪ من اجمالى المحررين العاملين فى وظائف أخرى ترى أن هناك تعارضا بين عملها فى الصحيفة الإقليمية وبين عملها الاصلى .

١٤- ان نسبة ١٩,٥٩٪ من اجمالى المحررين لايتقاضون أجرا عن عملهم فى الصحيفة الإقليمية التى يعملون بها .

١٥- جاءت مشكلة التمويل فى مقدمة المشكلات التى تواجه الصحف الاقليمية حيث جاءت المشكلات مرتبة كالاتى كما رأى أفراد العينة :

١-مشكلة التمويل .	٪ ٨٥,٣٧
٢-مشكلة عدم وجود العدد الكافى من المحررين .	٪ ٧٩,٢٧
٣-مشكلة تتعلق بتدريب العاملين والمحررين .	٪ ٧٩,٢٧

٤-مشكلة عدم صدور الصحيفة في ميعادها الثابت . ٪ ٧٦,٨٣

٥-مشكلة تتعلق بعملية توزيع الصحيفة الإقليمية . ٪ ٦٤,٦٣

٦-مشكلة عدم وجود مقر خاص للصحيفة . ٪ ٦٢,١٩

٧-مشكلة الطباعة خارج الإقليم . ٪ ٥٩,٧٦

٨-مشكلة عدم وجود ارشيف صحفي . ٪ ٢٦,٨٢

١٦- تحصل صحف صوت سوهاج و صوت قنا وصحيفة أسوان على دعم من المحافظات التي تصدر بها وهو عبارة عن دعم مادى في صورة مبالغ تحصل عليها مع بداية كل سنة مالية ٠

١٧- ان أى من الصحف الثلاث محل الدراسة لم تصل الى مرحلة التمويل الذاتى وذلك باعتمادها الكامل على مواردها الذاتية في التمويل ٠

١٨- ان قيمة الاعلانات المنشورة في الصحيفة وقيمة مبيعات التوزيع لم تغط مصاريف اصدار الصحيفة في أيه سنة من السنوات ٠

١٩- ان حصول الصحيفة على دعم من المحافظة يؤثر على حيادها وقد وافق على ذلك ٩٠,٢٤٪ من اجمالى أفراد العينة

٢٠- لم تنشأ أى من الصحف الثلاث محل الدراسة ادارة توزيع خاصة بها

٢١- ان نسبة مرتجعات الصحف الإقليمية عالية جدا ٠

٢٢- ان الصحف الاقليمية تهتم بالاشتراكات بدرجة متوسطة ٠

٢٣- ان الصحف الإقليمية لاتصدر في الميعاد المحدد لصدورها

٢٤- لا تمتلك اى من صحف العينة الثلاث مطابع خاصة بها ، بل تقوم بطباعة أعدادها في مطابع تجارية بالقاهرة ٠

٢٥- ورق الصحف ٠ ٠ لا تحصل أى من الصحف الثلاث على ورق صحف بالسعر الرسمى ٠

٢٦- لا تمتلك أى من الصحف الثلاث مقرا خاص بها ٠

٢٧- لاتوجد مكتبة صحفية في أى من الصحف الثلاث أما الارشيف فهو لايعدو ولا يزيد عن حفظ اعداد الصحيفة السابقة ٠

٢٨- لاتوجد لدى أى من الصحف الثلاث أى وسيلة مواصلات خاصة بها ولا تلفزيونات خاصة بها .

التوصيـــات :

١- ضرورة توفير مصدر تمويل للصحف الإقليمية عند بداية انشائها بعيدا عن اللجوء الى المحافظات للحصول على التمويل .

٢- عدم التصريح للمحافظين باصدار صحف اقليمية تابعة للمحافظات مع ضرورة انشاء ادارة داخل المجلس الاعلى للصحافة تصدر عنها الصحف الاقليمية وتتبعها الصحف الاقليمية التى تصدر الآن فى مصر ، وعدم السماح أيضا للمحافظين باصدار قرارات لوقف الصحف الإقليمية دون الرجوع للمجلس الاعلى للصحافة .

٣- ضرورة تمثيل الصحف الإقليمية بعضوين على الأقل ضمن اعضاء المجلس الاعلى للصحافة .

٤- ضرورة نشر الاعلانات التحريرية والصور التعبيرية الخاصة بحملات تنظيم الاسرة وغيرها فى الصحف الاقليمية وكذلك الاعلانات الحكومية داخل نطاق كل محافظة .

٥- ضرورة اشتراك الهيئات والوزارات المركزية والهيئات الحكومية فى الإقليم فى عدد مناسب من اعداد الصحيفة الإقليمية .

٦- ضرورة انشاء مؤسستين صحفيتين احداهما فى الوجه القبلى والثانية فى الوجه البحرى ، تصدر عنهما الصحف والمجلات الإقليمية الخاصة بكل محافظة ، مع ضرورة توفير كافة الامكانات المادية اللازمة لقيام هاتين المؤسستين على أن تتولى هاتين المؤسستين امور الطباعة الحكومية داخل المحافظات .

٧- ضرورة اهتمام الصحف الاقليمية بالقضايا السياسية فى الإقليم مع اعطاء الفرصة لظهور مختلف الاتجاهات السياسية على صفحات الجرائد .

٨- ضرورة وجود ادارة توزيع صغيرة داخل كل صحيفة اقليمية لتتولى توزيع اعداد الصحيفة داخل أعماق الإقليم .

٩- يجب على ادارة الصحيفة الأقليمية الاهتمام بمعدلات التوزيع والعمل على زيادتها باستمرار .

١٠- اختيار رئيس مجلس ادارة الصحيفة الإقليمية من ذوى السمعة الطيبة فى الإقليم - وأن يشتمل مجلس الادارة على افراد ذوى خبرة فى مجال الاعلام ويمثلون مختلف الاتجاهات السياسية والإقتصادية والثقافية فى الإقليم .

١١- ضرورة توفير مقر مستقل لكل صحيفة ، بعيدا عن أية هيئة أو مصلحة حكومية .

١٢- ضرورة حصول كل صحيفة اقليمية تحمل ترخيصا لها بالصدور من قبل المجلس الاعلى للصحافة على حصة من ورق الصحف بالسعر الرسمى الذى تحصل به الصحف المركزية.

١٣- ضرورة تدريس مادة الصحافة الاقليمية فى قسم الصحافة بكلية الاعلام وفى أقسام الصحافة بالجامعات الاقليمية .

١٤- ضرورة ان يتم التنسيق بين المجلس الاعلى للصحافة ووزارة الشئون الاجتماعية على أن يتم تكليف مكلفى الخدمة العامة من خريجى اقسام الصحافة فى الاقاليم للعمل فى الصحف الإقليمية .

١٥- تدريب محررى الصحف الإقليمية من خلال معهد التدريب الصحفى ، اسوة بمحررى الصحف المركزية والحزبية .

١٦- ضرورة تزويد الصحف الإقليمية بالمطابع وآلات الطباعة القديمة التى استغنت عنها الهيئة العامة للاستعلامات وكذلك الآلات والمطابع التى تستغنى عنها المؤسسات الصحفية الأخرى .

رسالة المسجد الإعلامية

دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الاسلامية

اســـم الباحث : مصطفى سيد عبد اللاه .

الدرجة العلمية : ماجستير .

اشـــــراف : أ.د/ احسان عسكر .   أ.د/ منير حجاب .

د/ عبد الوهاب كحيل

ســـنة المنح : ١٩٨٨ .

مشكلة الدراسة وأهميتها :

تتحـدد مشـكلة البحـث فـى تحديـد أهـم المعوقـات التـى تعـوق هـذه المؤسسـة الإعلامية من القيام بدورها على الوجه الأكمل فى المجتمـع الاسـلامى والتـى ترتبـط بالجوانب الآتية :

١ – عدم اعداد الكوادر الاعلامية القادرة على تحمل مسئولية الاعلام المسجدى

٢ – عدم اعداد المساجد كمراكز للاشعاع الدينى .

٣ – عدم القضاء على العوامل التى تعرقل رسالة المسجد الاعلامية .

تساؤلات الدراسة :

وبناء على ما تقدم تستهدف الدراسة تحديد الأساليب المختلفة التى تساعد على رفع درجة الكفاءة الاتصالية للمسجد وتحديد الأساليب المختلفة لدوره فى التنمية وتطوير المجتمعات الاسلامية .

وتجيب عن الاسئلة الاتية :

١ – هل كان للمسجد دور إعلامى فى الماضى.

٢ – ما هى الأنماط الاتصالية للمسجد ووظائفها الاعلامية .

٣ – ما هى الأهداف الاعلامية المسجدية ومدى مساهمتها فى تطوير المجتمعات الاسلامية .

٤ – ما هى المعوقات التى تعوق المسجد عن أداء رسالته الاعلامية فى المجتمع الاسلامى .

٥ – ما الأساليب التى تساعد المسجد على اداء رسالته الاعلامية وما هى السبل لاستعادة المسجد لمكانته الأولى ليؤدى رسالته على أكمل وجه .

نوع الدراسة ومنهجها :

دراسة وصفية ودراسة كشفية استطلاعية لمسح التراث وذوى الخبرة .وقد استخدم الباحث منهج دراسة الحالة لوصف وتحليل الجوانب المتعلقة بمشكلة البحث.

أداة جمع البيانات :

استمارة الاستبيان للقائمين بالاتصال المسجدى من الوعاظ ومقيمى الشعائر.

نتائج الدراسة :

كان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلى :

١- كان للمسجد دور رائع فى الاتصال الشخصى وتشكيل الرأى العام المسلم فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم ، بينما اصبح فى الوقت الحاضر لايتعدى دوره مجرد إقامة الشعائر الدينية ومكانا للعبادة فقط .

٢- أصبح هدف المسجد تعبدى فقط ولا يشارك فى حياة المسلمين بعد أن كان فى عهد الرسول والخلفاء الراشدين له أهداف تربوية وتعليمية وسياسية وعسكرية واجتماعية وتعبدية .

٣- للمسجد دور خطير وهام فى تشكيل الرأى العام تجاه القضايا التى تهم الناس لما له من قدسية وخاصة فى قضايا محو الأمية وترشيد الاستهلاك وتعديل القيم والسلوك ، بينما ينكمش دوره فى مجال تحفيظ القرآن وتفسير أمور الدين.

٤- أن من أهم معوقات الاتصال المسجدى:

- ابتعاد المسلمين عن الصلاة بالمساجد بعد أن سيطرت عليهم الحياة المادية وانشغلوا بها .
- قلة عدد المترددين على المسجد للدرس والصلاة .

٥- دور المسجد فى المجتمع الاسلامى :

- لايشارك المسجد فى خدمة التعليم المدرسى حاليا حيث أثبتت الدراسة أن نسبة ٧٧,٥٪ من أفراد العينة ذكروا أنه لايوجد للمسجد دور فى ذلك .
- ليس للمسجد دور فى مجال محو الأمية والتعليم ، حيث اجاب جميع أفراد العينة بنسبة ١٠٠٪ بأنه ليس للمسجد دور فى مجال محو الأمية .
- ليس للمسجد دور يذكر فى مجال تحفيظ القرآن ، حيث ذكر ٩١٪ من أفراد العينة بأنه ليس للمسجد دور فى ذلك بسبب عدم الاهتمام بالمحفظين ماديا واجتماعيا ، وكذلك نظرة الناس للمحفظ على انه فى مرتبة اقل من المواطن العادى جعلتهم يهربون من هذه المهمة المقدسة .

- لاتوجد فى كثير من المساجد جمعيات خيرية لخدمة أهالى الحى الذى يوجد به المسجد حيث ذكر ٥٥,٥٪ من أفراد العينة بانه لاتوجد جمعية خيرية فى المسجد القريب منهم .
- فى المساجد التى يوجد بها جمعيات خيرية اثبتت الدراسة انها تقدم كثيرا من الخدمات منها :

– عمارة المساجد .
– إقامة الاحتفالات الدينية فى المناسبات الدينية .
– تقوم بتحفيظ القرآن .
– بها دار للحضانة الاسلامية .
– بعض الجمعيات بها نوادى رياضية .
– تتلقى التبرعات والصدقات من المواطنين وتقوم بتوزيعها على الفقراء والمحتاجين .
– للمسجد دور كبير فى التوعية الصحية ، والقومية بخطورة الامراض الوبائية حيث يقوم المسجد بتوجيه الناس الى أماكن العلاج والتطعيم .
– كثير من المساجد لايوجد بها مستوصف طبى وخيرى لخدمة أهالى الحى رغم أهمية هذه الخدمة الطبية .

٦– مشاكل العاملين فى مجال الاعلام المسجدى :

- التزام الامام بالجدول المقرر من قبل وزارة الاوقاف ، حيث أوضحت الدراسة أن نسبة كبيرة يلتزمون بالجدول ٦٩٪ غير انهم غير راضين عن ذلك .
- قلة المترددين على المساجد من الجماهير لحضور الدرس ، حيث اوضحت الدراسة ان نسبة كبيرة من الجماهير لايترددون على المسجد الذى يلتزم فيه الامام بالجدول ، ويحدث ذلك العكس حيث تمتلئ المساجد عند الائمة الذين لايلتزمون بالجدول .

- وأظهرت الدراسة عدم اقبال الجماهير على حضور الدرس فى بعض الاحيان ترجع الى:

أ – اذاعة المسلسلات التيلفزيونية فى الوقت الذى يلقى فيه الامام الدرس مما جعل كثيرا من الشباب ينصرفون لحضور المسلسل .

ب– تقيد الامام بالجدول جعل الناس تمل سماع الدرس الذى يلقيه الامام بالمسجد .

ج– كثرة مشاغل الناس وطغيان المادة على المجتمع ، وقيام بعض الناس بقضاء حاجياتهم فى الوقت الذى يلقى فيه الامام الدرس .

٧– أوضحت الدراسة ان ٩٠٪ من العاملين فى مجال الدعوة – الأئمة – يواجهون صعوبات فى مجال عملهم . وعن نوعية هذه الصعوبات ذكر أفراد العينة أن :

أ – الاعلانات والمسلسلات فى التليفزيون تهدم مما يبنيه الامام من قيم وأخلاق .

ب– عدم توافر السكن القريب من المسجد .

ج– قلة الحوافز المادية الممنوحة للامام .

د – ارتفاع اسعار الكتب ، وعدم توافر أمهات الكتب فى مكتبة المسجد .

هـ– مراقبة أجهزة الامن للامام .

٨– أثبتت الدراسة ان الامام يتلقى دورتين تدريبتين طوال حياته الوظيفية حيث ذكر ١٠٠٪ من أفراد العينة أنهم لايتلقون سوى هاتين الدورتين ، وهذا قليل جدا .

٩– مدى اقبال الجماهير على المسجد والموضوعات التى تلقى فيه :

أوضحت الدراسة أن الجماهير تفضل أن يتناول الامام – فى درسه – الموضوعات التى تهتم بأحداث الساعة حيث احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى من الموضوعات التى يجب أن يتناولها الامام من وجهة نظر الجمهور المتردد

على المسجد بنسبة أهمية قدرها ٩٥٪ ثم تلتها في الأهمية الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٨٧,٥٪ ثم في المرتبة الثالثة بنسبة ٦٦,٥٪ ثم الموضوعات الدينية بنسبة ٦٠٪ .

التوصيات :

١- يوصى الباحث بضرورة توفير الإمام الكفء للمساجد التى ليس بها امام حتى يؤدى المسجد دوره فى المجتمع على أكمل وجه ويقطع الطريق على المتطرفين فى استخدام هذه الوسيلة الاعلامية لنشر أفكارهم .

٢- اطلاق الحرية للامام فى اختيار الموضوع الذى يريد الحديث فيه والذى غالبا ما يكون عما يشغل الرأى العام من قضايا فى هذه اللحظة .

٣- مشاركة الامام فى المجالس المحلية والشعبية على مستوى القرية أو المدينة حتى يكون ملما بما يدور فى المجلس الشعبى المحلى من مناقشات حول القضايا التى تهم الجمهور وحتى توجد لديه خلفية كاملة عن هذه المناقشات وبذلك يستطيع ان يشارك الجماهير فى المساهمة فى حل هذه القضايا أو الرد على كل ما يتعرض له من تساؤلات بشأن انجازات القطاعات المحلية فى هذه المجالات .

٤- ولما كان الامام هو مسئول الاتصال فى المسجد ، فالباحث يوصى بأن تقوم وزارة الازهر بانشاء قسم للدعوة فى المرحلة الاعدادية يدخله الطالب حسب رغبته وتكون فيه الدراسة داخلية ، ثم تتبعها المرحلة الثانوية ثم الجامعية – كلية الدعوة – حتى يتخرج على المستوى المطلوب .

٥- ان يكون هناك تخطيط طويل المدى لاستخدام المسجد وأجهزة الاعلام الأخرى بهدف تحقيق التنشئة الخلقية ومواجهة الانحرافات والقضاء على الحقد والكراهية واحلال الحب والتعاون والاخاء بين الجماهير .

٦- أن تكون هناك ادارة للتخطيط والبحوث والمتابعة والتقويم لمعرفة تأثير خطبة الجمعة وتطويرها وذلك بهدف زيادة فعاليتها وتحقيق الالتحام بين خطباء المساجد والجمهور العام لمعالجة مشكلات المجتمع والربط بين هذه الخطب وهذه المشكلات ، ودعوة كبار الوعاظ بين الحين والآخر لخطبة الجمعة •

٧- اقامة دورات تدريبية للامام من وقت لآخر على ان يشمل برنامج التدريب الى جانب الدراسات الاعلامية دراسات اجتماعية وانسانية حتى يكون الامام اداة مشاركة في تنمية الوعي الديني والوطني •

٨- يوصى الباحث بأنه يجب أن تسفيد الدولة من امكانيات المسجد وانتشاره فـي البيئات التي تفتقد الى المؤسسات الاجتماعية والصحية •

٩- ان يشارك المسجد مشاركه فعالة في المجالات التي تهم المجتمع المحلي كالمشاركة في تحفيظ القرآن أو اقامة فصول محو الأمية أو التعليم المدرسي للقضاء على ظاهرة الدروس الخصوصية ، وذلك عن طريق التنسيق بين المسجد والمؤسسات الأخرى الموجودة في المجتمع لتحقيق التكامل بين المسجد وهذه المؤسسات •

دور برامج المرأة فى التليفزيون

فى زيادة وعى المرأة فى الريف المصرى

دراسة تطبيقية على قرية مصرية

الباحثة : عزيزة عبده سليمان .

الدرجة : ماجستير .

الاشراف : د./ فوزية فهيم   د./ عبد الوهاب كحيل

سنة المنح : ١٩٨٨.

مشكلة الدراسة :

تتلخص فى تقييم الدور الذى تؤديه برامج المرأة فى التليفزيون المصرى للمرأة الريفية حتى يمكن تحديد مواضع الخلل والقصور لكى تتداركها هذه البرامج عند وضع خططها من أجل زيادة وعى المرأة الريفية .

فروض الدراسة :

أقامت الباحثة مشكلة البحث على فرضين اساسيين، هما :

الفرض الأول :ان عدم الاهتمام بقطاع المرأة الريفية من قبل برامج المرأة بالتليفزيون المصرى ينجم عنه ندره ظهورها أو تمثيلها فى هذه البرامج .

الفرض الثانى: ان قلة المعلومات الموجهة الى المرأة الريفية من خلال برامج المرأة بالتليفزيون تؤدى الى قلة وعى هذه المرأة •

ولكى يتسنى للباحثة تحقيق هذين الفرضين السابقين كان ينبغى الاجابة على مجموعة من التساؤلات التى تفسر جوانب البحث المختلفة :

أولا : اتجاهات المرأة الريفية نحو التليفزيون، وتتضمن :

١ – التعرف على درجة الاقبال لدى الريفيات على مشاهدة التليفزيون ومستوى أفضليته بين وسائل الاعلام الاخرى •

٢ – التعرف على متوسط عدد ساعات المشاهدة لبرامج التليفزيون بين افراد عينة الريفيات •

٣ – التعرف على البرامج التى تفضلها المرأة الريفية وتقبل على مشاهدتها فى التليفزيون •

ثانيا : اتجاهات المرأة الريفية نحو برامج المرأة فى التليفزيون ، وتتضمن :

١ – التعرف على أهم برنامج للمرأة تقبل عليه الريفيات أكثر من غيره وترتيب هذه الافضلية •

٢ – التعرف على مدى متابعة المرأة الريفية لبرامج المرأة فى التليفزيون •

٣ – التعرف على مستوى حرص المرأة الريفية على مشاهدة برامج المرأة بالتليفزيون •

٤ – التعرف على درجة فهم المرأة الريفية للغة برامج المرأة بالتليفزيون •

٥ – التعرف على مدى فهم المرأة الريفية لمضمون برامج المرأة فى التليفزيون •

٦ – التعرف على اشباع برامج المرأة لاحتياجات المرأة الريفية •

٧ – التعرف على مدى مساهمة هذه البرامج فى حل مشكلات المرأة الريفية •

٨ – التعرف على مدى مناسبة أوقات ارسال برامج المرأة بالتليفزيون مع أوقات فراغ الريفيات •

أما المجموعة الثانية من التساؤلات فكانت من خلال الدراسة التحليلية لعينة من برامج المرأة بالتليفزيون خلال دورة تليفزيونية كاملة ، تكون من خلالها الاجابة عن التساؤلات الاتية :

- ما مساحة برامج المرأة بالنسبة لبرامج التليفزيون خلال المجال الزمنى للدراسة ،
- ما الموضوعات والقضايا والمعلومات التى تركز عليها برامج المرأة بالتليفزيون ،
- ما نوعية الجمهور المستهدف من الرسائل التى تقدمها برامج المرأة ولغة هذه البرامج.
- مساحة المضمون الموجه للمرأة الريفية فى برامج المرأة ،
- معرفة أى القناتين أكثر اهتماما وموضوعية بالمرأة الريفية ،
- معرفة أى القناتين تعطى مساحة زمنية أكثر لبرامج المرأة على خريطتها ،
- ملاحظة مدى بساطة مقدمة برامج المرأة فى التليفزيون ،
- ملاحظة مدى بساطة وسائل الايضاح والادوات المستخدمه ،
- صور الشكل والاسلوب الذى تقدم به برامج المرأة ،
- عدد مرات ظهور المرأة الريفية من خلال برامج المرأة خلال فترة الدراسة ،
- القدوه التى تقدمها هذه البرامج للمرأة الريفية ،
- التعرف على مدى تغطية برامج المرأة لاهم المجالات التى تحتاج لها المرأة الريفية الى زيادة الوعى بها ،

نوع البحث ومنهجه:

دراسة وصفية تسعى الى وصف وتحديد مضمون برامج المرأة تحليلا شاملا ،

أما عن المناهج المستخدمة : فقد استخدمت الباحثة أكثر من منهج .ففى الدراسة النظرية استخدمت المنهج التاريخى لمشكلات المرأة الريفية واستنباط خصائصها ، وبالنسبة للدراسة الميدانية اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعى والمنهج التحليلى لمضمون برامج المرأة ،

أداة جمع البيانات :

وهى هنا صحيفة الاستبيان لاستطلاع آراء المبحوثات الريفيات فى الدراسة الميدانيـة، أما الدراسة التحليلية فاعتمدت الباحثة على استمارة لتحليل مضمون برامج المرأة .

عينة الدراسة :

فى الدراسة الميدانيـة لجأت الباحثة الى أسلوب العينـة العشـوائية للقرويـات فـى قريـة (الهجارسه) احدى قـرى محافظة سـوهاج وموطـن الباحثـة الأصلـى وكـان قوامهـا (١١٢) مفردة.

فى الدراسة التحليلية استخدمت الباحثة اسلوب الحصر الشامل لجميع البرامج الخاصة بالمرأة علـى القنـاتين الأولى والثانيـة فـى دوريـة تليفزيونيـة كاملـة مدتهـا ثـلاث شـهور مـن ١٩٨٨٧/١/١ حتى ١٩٨٧/٣/٣١م .

نتائج الدراسة :

كان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلى :

أولا : من نتائج الدراسة الميدانية :

١ – اثبتت الدراسة اجماع الريفيات على عدم مناسبة مضمون برامـج المـرأة لمجتمـع القريـة ولا تعبر عن القرويات مع عدم فهمهن لهذه البرامج .

٢ – أجمعت المبحوثات على عدم القدرة على تنفيذ ما تراه فى برامج المرأة .

٣ – ان التليفزيون لا يسهم الا بقدر ضئيل فـى توعيـة المـرأة الريفيـة ومـن خـلال الافـلام والمسلسلات والبرامج الدينية وليس عن طريق برامج المرأة .

٤ – تفضيل يوم الجمعة كيوم أجازة وتفرغ القرويات لمشاهدة التليفزيون .

ثانيا : بالنسبة لنتائج الدراسة التحليلية فكان من أهمها :

١ – أن نسبة المضمون الموجه للمرأة الريفية خـلال دورة التحليـل الى اجمـالى وقـت برامـج المرأة هو ١،٢٨ ٪ بالنسبة لاجمالى الموضوعات الموجهه لقطاعات المرأة الأخرى.

٢ – يعتبر برنامج مجلة المرأة أكثر البرامج تنوعا وشمولا وتغطية لكافة قطاعات المرأة المصرية

٣ – تبين أن كل المضمون المقدم للمرأة الريفية خلال فترة التحليل ثلاثة شهور جاء من خلال برنامج واحد هو مجلة المرأة على القناه الأولى .

ولم تزد الفقرات التى استهدفت المرأة الريفية عن ٥,١٧٪ من جملة الفقرات خلال دورة التحليل .

٤ – كذلك اتضح من نتائج الدراسة أن برامج المرأة تركز على المرأة القاهرية والشريحة الارستقراطية فى المجتمع المصرى على حساب الطبقة الشعبية والمتوسطة المكافحة .

أهم التوصيات :

١ – ضرورة اعادة النظر فى النظرة التقليدية للمرأة القروية والتى تقدم فى الافلام والمسلسلات على أنها القروية الخادمة والساذجه البسيطة .

٢ – ينبغى فى ظل عملية التنمية الشاملة أن نبدأ بترقية فكر الانسان وتسليحه بالوعى وخاصة الاميات القرويات .

٣ – وضع خطط اعلامية توصى بمضامين موضوعية هادفه تقوم على مراعاة التفاوت الطبقى الموجود فى المجتمع .

٤ – اعداد اعلاميات متخصصات فى كتابة واعداد برامج موجهه للمرأة الريفية .

٥ – ضرورة وصول أبحاث المستمعين الى عمق الريف المصرى للتعرف على احتياجاته .

٦ – تخصيص برامج لمحو أمية الريفيات من خلال برامج المرأة بالتليفزيون .

الرأى العام فى صدر الإسلام

من بدء الدعوة المحمدية إلى نهاية عهد سيدنا عمر بن الخطاب رضى ا لله عنه

اســـم الباحث : رجاء نور محمود محمد .
الدرجة العلمية : ماجستير .
اشـــــراف : أ.د/ احسان عسكر .   أ.د/ محمد منير حجاب .
دكتور/ عبد الوهاب كحيل .
ســـنة المنح : ١٩٨٨ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنحصر مشكلة الدراسة فى التعرف على مكانة الرأى العام فى الإسلام وتقييم الدور الـذى قام به الرأى العام الإسلامى فـى صـدر الإسـلام والـدور الـذى يمكـن أن يقـوم بـه فـى المجتمـع الحديث .

ويزيد من أهمية هذه الدراسة ما يمكن أن يقوم به الرأى العام الإسلامى فى حل مشـكلات المجتمع المعاصر الذى تتصارع فيه الأفكار الخاصة وتغلب فيه المصالح الفردية على المصالح العامة وتنزوى فيه القيم التىتؤثر على الرأى العام المعاصر .

ومن ثم فقد استهدفت الدراسة بيـان مـا هيـة الـرأى العـام فـى صـدر الإسـلام وعنـاصره ومبادئه وتقسيماته هذا إلى جانب توضيح المدى الذى نجحت فيـه وسـائل الإعـلام فـى تكويـن الرأى العام والوسائل والأساليب التى استخدمها الرسول – صلى ا لله عليه وسلم – وصاحبـاه

في تكوين الرأى وقياسه واستتبع هذا بيان دور هذا الرأى وفاعليته فـى التصـدى للرأى العام المضاد .

أهداف الدراسة :

١- هل وجد رأى عام فى صدر الإسلام وماذا يعنى وما هى عناصره ؟

٢- ما هى المبادئ الإسلامية التى بنى عليها الرأى العام الإسلامى ؟

٣- ما هى التسيمات الإسلامية للرأى العام الإسلامى ؟

٤- الى أى مدى نجحت وسائل الإعلام الإسلامى فى تكوين الرأى العام فى صدر الإسلام؟

٥- ما هى الوسائل والأساليب التى يستخدمها الرسول صلى الله عليه وسـلم وصاحبيه أبى بكر الصديق وعمر بن الخطار فى تكوين هذا الرأى وقياسه ؟

٦- ما هو دور الرأى العام الإسلامى فى التصدى للرأى العام المضاد؟

المناهج المستخدمه :

وقد استخدمت الباحثة فى هذه الدراسة المنهجين التاريخى والتحليلى ، لكونهما من أفضـل المناهج التى تخدم أهداف الدراسة ، أى معرفـة اتجاهـات الـرأى وتحليـل الافكـار والموضوعات التى كانت سائدة خلال فترة الدراسة .

خطة الدراسة :

اتجهت خطة الدراسة الى الكشف عن العناصر المختلفة للرأى العام الإسلامى مع بيان كافـة ممارساته وأساليبه ووسائله .

وتناول الفصل الأول مفهوم الرأى العام الإسلامى ، وعالج المفهوم اللغـوى والإصطلاحى لكلمتى " الرأى ، والعـام " ، وعـالج الفصـل الثـانى : عنـاصر الـرأى العـام الإسـلامى وتنـاول الاغلبيـة المسـلمة ، القضيـة ، الزمـن ، المجتمـع الإسـلامى ، الصـالح العـام ، الحـوار والمناقشـة والمشاورة .

وبين البحث فى الفصل الثالث : التقسيمات الإسلامية للرأى العام ، وأوضح الفصل الرابع : دور الشورى فى تدعيم عناصر الرأى العام ، وتعرض البحث فى الفصل الخامس لوسائل تكوين الرأى العام فى صدر الإسلام وتناول القرآن الكريم – السنة النبوية – المسجد – الخطبة – القيادة – مواسم الحج – الشعر ، أما الفصل السادس فقد عالج أساليب تكوين الرأى العام فى صدر الإسلام وتناول الحكمة والموعظة الحسنة والجدال بالتى هى أحسن ، والقصص ، والتكرار ، ومقاومة الأخبار الكاذبة وضرب الأمثال والقدوة •

وتعرض الفصل السابع لوظائف الرأى العام فى المجتمع الإسلامى فى المجال السياسى والإجتماعى والإقتصادى والتعليمى والإعلامى ، وعالج الفصل الثامن اساليب قياس الرأى العام فى صدر الإسلام من المقابلة والملاحظة والإستقصاء وتحليل المحتوى •

نتائج الدراسة :

أثبتت الدراسة أن للرأى العام الإسلامى خصائص مميزة أهمها ما يلى :

١– الرأى العام الإسلامى رغم حداثة نشأته فى صدر الإسلام الا أنه كان أكثر وأقوى تعبيرا عن نفسه بالمقارنة بالرأى العام الإسلامى فى المجتمع الحديث •

فالعلنية هى سمة من سمات الرأى العام المسلم إذ ليس فى أنشطته ما يركز فى دوائر ضيقة محدودة أو ما يحجب عن القواعد العريضة للبشر ، وهذه العمومية انعكاس لروح العقيدة الإسلامية المتوجهة للناس جميعا •

٢– أن تكوين الرأى العام الإسلامى عملية متكاملة ومتتابعة الحلقات تبدأ بتكوين الآراء لدى الغالبية العظمى من المسلمين إزاء المسائل والقضايا التى تجذب الاهتمام العام وتنتهى بعملية صنع القرار والتعبير الذاتى عن الاتجاهات •

٣– يستند الرأى العام الإسلامى الى قاعدة ثابته من الشرائع والاحكام ، وهى شرائع وأحكام تستمد قدسيتها من قدسية صانعها ، وثبوتها هو مصدر قوتها وقدسيتها سر تمسك الرأى العام بها وقيامه بالدفاع عنها •

٤- تترك الشورى بصماتها على سلوك الرأى العام الإسلامى فهو حريص كل الحرص على ابداء رأيه فى مشاكله وقضاياه ويسلك سبيل العنف اذا ما حيل بينه وبين هذا التعبير •

٥- الرأى العام الإسلامى على درجة من الحساسية الشديدة بالنسبة للقضايا التى تمس العقيدة فهو يستبسل فى الدفاع عن قضاياه الدينية ، وطابعه الشمولى يدفعه الى التعاطف مع الرأى العام المسلم فى شتى قطاع العالم •

٦- يعالج الرأى العام الاسلامى جميع قضاياه السياسية والإقتصادية والإجتماعية من منظور إسلامى وهو يشجب النظريات البشرية التى تناهض مبادئ الإسلام •

٧- بالتصور الإعتقادى للمجتمع الإسلامى يدور التناصح بالمعروف والنهى عن المنكر ، وهو بيقظة كاملة يواجه الأفكار والتيارات المعادية للإسلام ويجاهد الإلحاد بشتى صوره ويعمل على تحقيق السيادة التشريعية للقرآن والسنة •

٨- يعمل الرأى العام الإسلامى على تثبيت ونشر المبادئ القرآنية بمحاربة الإقليمية والتعصب العنصرى والقبلى، ويعمل على استنهاض الهمم لتلاحم الأمة الإسلامية فى شتى بقاع العالم ودفع الاخطار عن بلاد الإسلام بمقاومة التيارات الضارة بشخصيتها الإسلامية•

٩- يلتزم الرأى العام المسلم بخدمة الإنسان المسلم بأن يعمل على تكامل شخصية الإسلام وتنمية المجتمعات الإسلامية فكريا وثقافيا وإجتماعيا وسياسيا فهو يرسخ ايمانه بالقيم الإسلامية والمبادئ الخلقية الاصيلة النابعة من الدين•

١٠- يستهدف الرأى العام المسلم نشر الدعوة الإسلامية والتعريف بالقضايا الإسلامية وتعميق روح الإخاء الإسلامى وتنمية الإتجاهات المشتركة فى العالم الإسلامى هذا مع تدعيم التعاون والتفاهم بين الدول الإسلامية وخدمة الأمة الإسلامية كوحدة متكاملة •

١١- حقوق الاقليات مصانة فى المجتمع الإسلامى فالرأى العام المسلم بعيد كل البعد عن العصبية والقبلية فهو لايتجه بالاعتداء على الاقلية المعارضة للدين الإسلامى•

١٢- التزام الرأى العام المسلم بتعاليم الإسلام وسيره على منهج القرآن يمكنه من تأديه وظائفه فى دفع المجتمع نحو التقدم والرفاهية والحفاظ على المثل والمبادئ الاخلاقية •" ومن أحسن قولا ممن دعا الى ا لله وعمل صالحا وقال إننى من المسلمين " سورة فصلت ، الايات (٣٣)

١٤- المساواه تترك بصماتها على اتجاهات الرأى العام الإسلامى فلا فرق بين أمير وفقير وحاكم ومحكوم ولا حر وعبد وأفضل الناس عند ا لله أتقاهم .

التوصيــات :

١- توجيه قادة الرأى فى المجتمع الى أهمية تشجيع الافراد على حفظ القرآن الكريم والأحاديث االنبوية فهما الاساس الذى يقوم عليهما الرأى العام المسلم.

٢- الاهتمام باعداد القائمين بالاتصال دينيا باعتبارهم عناصر فعاله لتشكيل الرأى العام .

٣- قيام المساجد وتهيئتها تهيئة كاملة ليتم من خلالها نشر الدعوة وتربية الرأى العام المسلم وتقديم رأى الدين فى جميع المشاكل التى تدور حولها المناقشة والرد على كل الدعوات والاتجاهات المضادة للإسلام .

٤- تبصير الرأى العام الإسلامى بالاحداث أى الاستعانة بمنطق الاحداث فى الدعوة لان ذلك هو السبيل لتحصين الرأى المسلم ضد الشائعات والبلبلة الفكرية .

٥- الاهتمام بالتربية الدينية لكل أعضاء المهن المختلفة على أن تحاط هذه الفئات علما بما يقوله اعداء الإسلام ، على أن يكون التبليغ بالحجة والمنطق والمجادلة الحسنة حتى لاتجد السلوكيات السلبية الخالية من الوازع الدينى طريقها الى الرأى العام المسلم.

٦- الاعداد الحسن للدعاة وقادة الرأى العام المسلم مع العناية بتوجيه الارشادات الإسلامية الى الشعوب الإسلامية التى لا تتبع تعاليم الإسلام بصورة مرضية .

٧- الاهتمام بعقد الندوات الدينية التى تناقش شئون الدين والدنيا برحابة صدر ومجادلة حسنة على أساس الحوار والمناقشة وتبادل وجهات النظر .

٨- اذابة الفوارق بين الفرق الإسلامية حتى ينصهر المسلمون فى بوتقة الإسلام ويزول عن الرأى الاختلافات المذهبية .

٩- حماية الشباب المسلم من الانحرافات المدمرة التى تبثها الاجهزة المعادية للإسلام لإشاعة الضعف فى النفوس وتحطيم القيم الدينية والمثل الروحية .

١٠- العمل على تربية الرأى العام المسلم فى المجال السياسى حتى لايكون الرأى العام المسلم فريسة لما يثيره أصحاب الهوى والمصالح الشخصية لافساد الحياة على المسلمين .

١١- العناية بتحسين أحوال الوعاظ والائمة من خلال المكافآت والحوافز مع ما يتناسب مع مكانتهم كقادة للرأى المسلم .

تأثير الصحافة المصرية
على الرأى العـــام المحلى
دراسة ميدانية على محافظة ســـوهاج
دراسة تطبيقية فى قضية انتخابات مجلس الشعب لعام ١٩٨٧

اســـم الباحث : صابر حارص محمد .
الدرجة العلمية : ماجستير.
اشــــــراف : أ.د/ مختار التهامى . دكتور/ عبد الوهاب كحيل .
ســـنة المنح : ١٩٨٩.

مشكلة الدراسة :

يمكن بلورة المشكلة البحثية فى تساؤل رئيسى مؤداه : " الى أى مدى أثرت الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى بسوهاج ازاء قضية انتخابات مجلس الشعب لعام ١٩٨٧؟ .

أهداف الدراسة :

يمكن تحديد أهداف الدراسة فى مجموعة من التساؤلات يستهدف البحث الاجابة عليها:

١- ما مفهوم الرأى العام المحلى؟
٢- ما خصائص الرأى العام المحلى ؟

٣- ما مقومات الرأى العام فى المجتمع المحلى ؟

٤- ما الأبعاد المختلفة للعلاقة التأثيرية بين الصحافة والرأى العام ؟

٥- ما أدوات الصحف فى التأثير على الرأى العام المحلى ؟

٦- ما العوامل التى يتوقف عليها مدى تأثير الصحافة على الرأى العام المحلى؟

٧- ما تأثير كل عنصر من عناصر الإتصال فى الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى بسوهاج ازاء قضية الإنتخابات ؟

٨- هل هناك إختلاف فى حجم التأثير الذى أحدثته كل صحيفة مصرية على الرأى العام المحلى بسوهاج ازاء قضية الإنتخابات ؟

٩- ما الفرق بين تأثير كل الصحف المصرية القومية والصحف المصرية الحزبية المعارضة على الرأى العام المحلى بسوهاج ازاء قضية الإنتخابات ؟

نوع الدراسة :

ان هذا البحث ينتمى إلى البحوث الوصفية التى تستهدف إكتشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة الواردة فى موضوع البحث من خلال الدراسة الإرتباطية لهذه المتغيرات .

منهج الدراسة :

١- منهج المسح الميدانى :

ويستخدم الباحث هذا المنهج فى مسح الرأى العام المحلى فى محافظة سوهاج للتعرف على أهم خصائص مجتمع الدراسة ومدى اقبال مفرداته على قراءة الصحف والموضوعات الصحفية التى يفضلون قراءتها ومدى معرفتهم عن قضية الإنتخابات (موضع تطبيق الدراسة الميدانية) وكذلك أهم المصادر الإعلامية التى اعتمدوا عليها فى المعلومات التى عرفوها عن الانتخابات ، ومدى أهمية الإنتخابات عندهم وأسباب هذه الأهمية ومدى تأثر آرائهم تجاه الأحزاب المشاركة فى الإنتخابات ، ومدى اعجابهم بالصحفيين والكتاب الذين كتبوا عن الإنتخابات ، وكذلك مدى تأثرهم بأسلوب الصحف وأشكال التحرير

المختلفة ومدى معرفتهم لشعارات الاحزاب التى روجت لها الصحف فى الإنتخابات وكذلك معرفة آرائهم فى بعض المقولات التى اختلفت حولها الصحف القومية مع صحف المعارضة .

٢- منهج دراسة العلاقات المتبادلة :

وذلك لتحديد نوعية العلاقة بين الصحافة والرأى العام ، ومدى الارتباط بين المتغيرات المختلفة فى عملية تأثير الصحف على الرأى العام ونوعية هذا الارتباط .

أداة الدراسة :

١- وهى هنا صحيفة الاستقصاء المقنن بالمقابلة الشخصية ، واشتملت هذه الصحيفة على مجموعة من الاسئلة المحدودة والمعدة مسبقا وقد تم تطبيقها بالمقابلة الشخصية مع المبحوثين .

٢- الملاحظة البسيطة التى لايتدخل فيها الباحث وقد حصل من خلالها الباحث على انطباعات ومعلومات لم تكن فى امكان صحيفة الاستقصاء ان تعكسها او تسجلها أبدا وقد استند الباحث على هذه المعلومات فى تفسير وتبرير نقاط عديدة فى البحث الميدانى .

عينة الدراسة :

اعتمد الباحث فى طريقة اختياره للعينة على العينة الطبقية العشوائية حيث تم تقسيم مجتمع الدراسة الى أماكن مختلفة مثل الهيئات والمصالح الحكومية والمدارس والكليات ودور العباده والنقابات بحيث يمثل كل مكان فئة أوطائفة معينة من المجال البشرى للدراسة وتمثل كل فئة مجموعة من الافراد المتقاربين أو المتجانسين فى عدة خصائص كنوع الوظيفة أو المستوى التعليمى أو الانتماء النقابى وهى صفات ذات صلة بموضوع البحث حيث بناء عليها تم اختيار اطار العينة .

نتائج الدراسة :

١- ان الصحافة تمارس من خلال المضمون الصحفي الذى تقدمه تأثيرا في الرأى العام المحلى هذا التأثير يفوق تأثير أى وسيلة اتصال اخرى سواء كان هذا في مجال تزويد الافراد بالمعلومات أو في مجال التأثير على آرائهم الا ان هذا التأثير يكون في المجال المعرفي أقوى من المجال الاقناعي.

٢- ان ما يتميز به القائم بالاتصال الصحفي من صفات وما يتوفر فيه من شروط - أهمها ثقافته وثقة الجمهور فيه والتزامه بالصدق والدقة والموضوعية في كتاباته - يلعب دورا هاما ضمن عناصر الاتصال الصحفي الاخرى في التأثير على الرأى العام في كل من المجال المعرفي والمجال الاقناعي.

٣- ان التحرير الصحفي باعتباره أحد عناصر الاتصال الصحفي يلعب دورا هاما ضمن العناصر الاخرى في التأثير على الرأى العام سواء في مجال إمداد الجمهور بالمعلومات أو في مجال التأثير على آرائه ازاء القضايا التى تهمه .

٤- ان الاسلوب باعتباره أحد عناصر الاتصال الصحفي يلعب دورا مساعدا ضمن العناصر الأخرى في التأثير على الرأى العام سواء في مجال امداد الجمهور بالمعلومات او في مجال التأثير على آرائه ازاء القضايا التى تهمه .

٥- ان فن الكاريكاتير الصحفي باعتباره احد جوانب المحتوى الصحفي يلعب دورا هاما ضمن عناصر الاتصال الصحفي الاخرى في التأثير على الرأى العام المحلى سواء في مجال امداد الجمهور بالمعلومات أو في مجال التأثير على آرائه ازاء القضايا التى تهمه .

٦- تفوق صحف الاحزاب المعارضة على صحف الاهرام والاخبار والجمهورية ومايو في التأثير على الرأى العام المحلى خلال الحملة الانتخابية .

٧- ان خصائص الجمهور باستثناء خاصية الدخل تعد من العوامل المتداخلة في عملية تأثير الصحافة على الرأى العام المحلى في كل من المجال المعرفي والمجال الاقناعي .

التوصيات :

١- الاهتمام بدراسة الرأى العام المحلى وخصائصه ونوعية القضايا والمشكلات التى تواجهه ثم التعرف على أفضل الاساليب والوسائل لمواجهة ومعالجة هـذه المشكلات وذلك انطلاقا من أهمية الرأى العام المحلى باعتباره جزءا لا يتجزأ من الرأى العام الوطنى .

٢- ضرورة أن يلتزم الصحفى بعنصر الصدق فى كل ما يقدم للقراء حيث توصلت الدراسة الميدانية الى أن اقوى الاسباب التى تدفع الى القراءة لصحفى دون آخر هو اتسامه بالصدق والموضوعية فى كتاباته وثقة الجمهور فيه .

٣- العناية الفائقة بالعمود الصحفى نظرا لما له من تأثير عميق وطويل الأمد على القراء فضلا عن أنه يقيم علاقة يومية بين القارئ وكاتب العمود من ناحية ، والقارئ والجريدة من ناحية أخرى .

٤- ضرورة أن تعيد المؤسسات الصحفية النظر فى اسلوب معالجتها للقضايا وتحاول تحسين هذا الاسلوب وجعله أسلوبا تربويا حيث توصلت الدراسة الميدانية الى أن ٤٠٪ من اجمالى عينة الدراسة لا تعجبهم أساليب كل من الصحف القومية والصحف الحزبية أيضا.

٥- ضرورة أن تعدل الصحف القومية عن سياستها المنحازة للحكومة باعتبارها صحفا قومية محايدة تخدم وتعبر عن كل الاتجاهات الموجودة فى المجتمع حيث توصلت الدراسة الى أن هناك خلطا واضحا بين الصحف القومية وصحيفة مايو كما توصلت الى أن نسبة كبيرة من الفئات المستنيرة تعتقد أن الصحف القومية مملوكة للحزب الوطنى الديمقراطى الحاكم وليس لمجلس الشورى .

٦- ضرورة أن تعدل صحف المعارضة عن اتباعها لأساليب الاثارة والمبالغة حيث بلغت نسبة الذين يتهمون صحف المعارضة بهذه الاساليب ٦٧٪ .

المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية

دراسة تحليلية

لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتى الأهرام والأهالى

خلال الفترة من ١٩٧٨ – ١٩٨٧

اســـــم الباحثه : عزه عبد العزيز عبد اللاه .

الدرجة العلمية : ماجستير.

اشــــــراف : أ.د/ محمد منير حجاب .   د/ سهام نصار .

ســـــنة المنح : ١٩٩٢م .

مشكلة الدراسة :

تكمن مشكلة الدراسة فى التعرف على ما اذا كانت الصحافة المصرية تقوم بمسئوليتها الاجتماعية أم لا وما حدود هذه المسئولية وحجمها فى الانشطة الاجتماعية المختلفة وما المجالات التى يرتفع أو ينخفض فيها اداء المسئولية الاجتماعية هذه الصحف ، وأى من صحف الدراسة تقوم بمسئوليتها اكثر من الاخرى ، ولما كانت جريدتى الاهرام والاهالى هما موضوع الدراسة التطبيقية فانه يمكن صياغة المشكلة البحثية فى تساؤل هو :

" الى أى مدى التزمت كل من جريدة الاهرام وجريدة الاهالى فى القيام بمسئوليتها الاجتماعية كما وكيفا فى الانشطة الاجتماعية المختلفة (السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية) خلال فترة الدراسة " .

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة الى الاجابة عن التساؤلات الاتية :

١- ما مؤشرات قياس المسئولية الاجتماعية للصحف من خلال فئة أهداف الصحيفة وهل التزمت صحيفتا الاهرام والاهالى بمسئوليتهما من خلال هذه المؤشرات .

٢- ما مؤشرات قياس المسئولية الاجتماعية للصحف من خلال فئة القيم التى تعكسها الصحيفة وهل التزمت صحيفتا الاهرام والاهالى بسئوليتهما من خلال هذه المؤشرات .

٣- ما مؤشرات قياس المسئولية الاجتماعية للصحف من خلال فئة وظائف الصحيفة وهل التزمت صحيفتا الاهرام والاهالى بمسئوليتهما من خلال هذه المؤشرات .

٤- ما مؤشرات قياس المسئولية الاجتماعية من خلال فئة أساليب الاقناع المستخدم .

٥- ما مؤشرات قياس المسئولية الاجتماعية من خلال فئة اشكال التحرير المستخدم .

٦- ما مؤشرات قياس المسئولية الاجتماعية من خلال فئة المصادر .

٧- ما المعوقات المختلفة التى تواجه الصحف فى اداء مسئوليتها الاجتماعية والى اى مدى أثرت هذه المعوقات فى اداء كل من صحيفتا الاهرام والاهالى .

نوع الدراسة :

تنتمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التى تستهدف تصنيف البيانات والحقائق وتفسيرها وتحليلها تحليلا شاملا لاستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها .

المناهج المستخدمة :

١- المنهج البنائى الوظيفى .

٢- منهج المسح الاعلامى من خلال مسح مضمون عينة من جريدتى الاهرام والاهالى .

٣- المنهج المقارن : وذلك بمقارنة جريدة الاهرام بجريدة الاهالى ومقارنة المجالات الأربعة (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية) بعضها ببعض فى الصحيفة الواحدة ، بغرض التوصل الى :

- أى الصحيفتين أكثر التزاما بالمسئولية الاجتماعية من الأخرى .
- أى المجالات التى يرتفع فيها التزام الصحيفة بمسئوليتها الاجتماعية من بين المجالات الاخرى.

أدوات جمع البيانات

اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون لتحليل محتوى جريدتى الاهرام والاهالى خلال فترة الدراسة وتحليل أسلوب معالجتهما للوظائف فى المجالات الأربعة .

وذلك من خلال استمارة تحليل المضمون التى صممتها الباحثة لتحقيق أهداف الدراسة كما اعتمدت على المقابلة الشخصية غير المقننة مع عديد من أساتذة التربية والاجتماع والفلسفة والعلوم السياسية والاعلام .

عينة الدراسة :

وقع اختيار الباحثة على الفترة الزمنية من فبراير ١٩٧٨ حتى ديسمبر ١٩٨٧م

وتم اختيار العدد الاسبوعى للاهرام لانه أكثر الاعداد توزيعا ، ولان صحيفة الاهالى صحيفة أسبوعية لتحقيق التكافؤ بين الصحيفتين ، واختيرت العينة بطريقة عشوائية منتظمه حيث اختير العدد الأول عشوائيا وكان الاسبوع الثالث من شهر فبراير ١٩٧٨م وكان العدد الثانى الاسبوع الرابع من شهر مارس وهكذا ..

أهم نتائج الدراسة :

كشفت الدراسة عن وجود ثلاثة مؤشرات لقياس المسئولية الاجتماعية للصحافة وهى:

١ - الكم.

٢ – التنوع.
٣ – ترتيب الاولويات.
ومن خلال مؤشر الكم كانت نتائج الدراسة كما يلى :

- ان جريدة الاهالى اكثر تحملا لمسئوليتها الاجتماعية من جريدة الاهرام فى المجالين السياسى والاقتصادى.
- بينما الاهرام أكثر تحملا لمسئوليتها الاجتماعية من الاهالى فى المجالين الاجتماعى والثقافى .
- ان المسئولية الاقتصادية لجريدة الاهرام هى أكثر مسئولياتها من حيث ترتيب الاهتمام تليها المسئولية السياسية ثم الاجتماعية ثم الثقافية وذلك من مجموع أهداف وقيم ووظائف الاهرام فى المجالات الأربعة .
- ان المسئولية السياسية لجريدة الاهالى هى أكثر مسئولياتها من حيث ترتيب الاهتمام تليها الاقتصادية ثم الثقافية ثم الاجتماعية .
- تساوت كل من الاهرام والاهالى فى المسئولية الاجتماعية فى المجال السياسى حيث لم تهمل كل منها أى وظيفة سياسية من الوظائف البالغ عددها سبعة عشر وظيفة .
- ضرورة التنوع فى استخدام أشكال التحرير حتى لايمل القارئ من مطالعة خط تحريرى واحد ، كما أن التنوع يعكس أسلوب الحملات الصحفية والتغطية الصحفية الجيدة حيث يتيح للصحيفة تقديم الفكرة بأكثر من شكل .
- تساوت كل من الاهالى والاهرام فى المسئولية الاجتماعية فى المجالات الاربعة حيث نجحت كل منهما فى الاعتماد على نوعية الاساليب المنطقية بشكل أساسى بينما جاء الاعتماد على الاساليب العاطفية ضعيف جدا فى المجالات الاربعة .
- هناك معوقات أثرت على جريدتى الاهرام والاهالى فى اداء المسئولية الاجتماعية من أبرزها : الاعلان – سياسة التحرير – ملكية الصحيفة – علاقة الصحافة بالسلطة – الامكانات المادية .

أهم التوصيات :

- ينبغى أن يقوم المجلس الاعلى للصحافة ونقابة الصحفيين بتحديد وتوضيح مسئوليات الصحف المصرية تجاه المجتمع وعلى ضوء ظروفه وأوضاعه التاريخية والآنيه والمستقبلية
- ضرورة أن يعاد النظر فى بناء الصحفى اجتماعية وثقافيا .
- ضرورة العمل على تلاشى معوقات الصحف المصرية سواء الخاصة بعلاقاتها بالسلطة أو القوانين المقيدة للحريات أو بجهلها باحتياجات الجماهير .
- ضرورة الموازنة فى الاهتمام بالوظائف فى المجالات الأربعة (سياسية – ثقافية – اقتصادية – اجتماعية) فلا تغفل جوانب على حساب الاهتمام بجوانب أخرى .

دور الإعلام الإقليمى
فى تنمية المجتمع المحلى
دراسة تطبيقية
على إذاعة شمال الصعيد والصحف المحلية
التى تصدر فى الإقليم

اســـم الباحث : محمد زين عبد الرحمن رستم .
الدرجة العلمية : ماجستير .
اشــــــراف : أ.د/ عبد الوهاب أحمد كحيل .   د. محمد مصطفى حبشى .
سنة المنـــح : ١٩٩٤م .

مشكلة الدراسة :

تتبلور مشكلة هذه الدراسة فى التعرف على دور الإعلام الإقليمى بشقيه (المسموع والمقروء) فى التنمية المحلية فى اقليم شمال الصعيد .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم الإعلام الإقليمى الموجود بإقليم شمال الصعيد بوسائله المختلفة وذلك للتعرف على مدى امكانية تحقيقه لأهداف التنمية بالنسبة

للمجتمعات المحلية ، حتى يمكن الاسترشاد بذلك فى وضع خطة للإعلام الإقليمى لتحقيق التنمية بالنسبة للمجتمعات المحلية .

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم وضع التساؤلات التالية :

- ما حجم اهتمام اذاعة وصحف شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية فى الاقليم ما أولويات قضايا التنمية المحلية (الاجتماعية – الاقتصادية – السياسية – الثقافية) فى اذاعة وصحف شمال الصعيد ؟
- ما الأشكال الاذاعية والصحفية التى استخدمتها اذاعة وصحف شمال الصعيد فى عرض قضايا التنمية المحلية ؟
- ما وسائل الابراز التى استخدمتها اذاعة وصحف شمال الصعيد فى عرض قضايا التنمية المحلية ؟
- ما اتجاهات اذاعة وصحف شمال الصعيد تجاه التنمية المحلية ؟

نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات :

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تستهدف تصنيف البيانات والحقائق التى تم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلا شاملا واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدى إلى إمكانية تعميمات بشأن دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى الذى يقوم الباحث بدراسته .

. وبالنسبة للمنهج المستخدم فى هذه الدراسة فهو منهج تحليل المضمون وقد استخدمه الباحث فيما يختص بالصحف الإقليمية الصادرة فى شمال الصعيد فى الفترة الزمنية المحددة حيث قام بتطبيق استمارة الدراسة التحليلية على جميع أعداد الصحف الصادرة فى الإقليم فى فترة الدراسة .

واستخدم الباحث المنهج ذاته لإذاعة شمال الصعيد حيث تم اختيار ثلاثة دورات إذاعية من بين اثنتى عشره دورة إذاعية قدمتها الإذاعة في السنوات الثلاث مجال البحث ، وذلك في محاولة لدراسة دور الإعلام الاقليمى فى تنمية المجتمع المحلى .

عينة الدراسة :

وقد تم اختيار إذاعة شمال الصعيد لأنها الإذاعة الإقليمية الوحيدة التى تعبر عن الإقليم ولايوجد أى اذاعات أخرى في الإقليم . وتم أخذ عينة عشوائية منتظمة من الدورات الإذاعية بإذاعة شمال الصعيد من بين اثنتى عشرة دوره إذاعية أذاعتها الإذاعة فى ثلاث سنوات هى ٩٠ ، ٩١ ، ١٩٩٢ بواقع دورة إذاعية كاملة فى كل عام .

كما تم اختيار البرامج التى احتوت عليها هذه الدراسة من بين تلك الدورات عن طريق عمل مسح شامل لها أدى إلى استخراج البرامج التى تتعرض لقضايا التنمية لتكون عينة التحليل الخاصة لهذه الدراسة .

وبخصوص عينة الصحف فقد وقع اختيار الباحث على صحف (أخبار بنى سويف – صوت المنيا – صوت أسيوط – الفيوم) لإجراء الدراسة التحليلية عليها لعدة أسباب :

- ان هذه الصحف هى التى تصدر فى الإقليم .
- ان هذه الصحف تتسم بالدورية والثبات واستمرار الصدور إلى حد كبير وكل ما عداها مجرد نشرات تظهر ثم تتوقف لتظهر غيرها لتتوقف بدورها وهكذا .

وبالنسبة للفترة الزمنية فقد وقع اختيار الباحث على الفترة الزمنية من ١٩٩٠/١/١ وحتى١٩٩٩٢/١٢/٣١ وذلك لأنها السنوات التى بدأ فيها تنفيذ خطة التنمية المحلية فى إقليم شمال الصعيد .

خطة الدراسة :

هذا وقد تم تقسيم الدراسة إلى عدة فصول :

الفصل الأو ل : تناول الاجراءات المنهجية للدراسة •

الفصل الثاني: تحدث عن أهمية الاعلام الاقليمي وعن الإذاعات الاقليمية نشأتها وتطورها وأهميتهاوالدور المتوقع منها • وأيضا عن الصحف الاقليمية نشأتها وتطورها وأهيتها وأهدافها والدور المتوقع منها • •

الفصل الثالث:وتعرض فيه الباحث لدور الاعلام الإقليمي فى تنمية المجتمع المحلى سواء كان إعلاما إذاعيا أو صحفيا ودور كل من الإذاعة والصحافة فى التنمية بجوانبها المتعددة •

واشتمل الفصل الخامس : على الدراسة التطبيقية :

أولا : على الإذاعة المحلية (إذاعة شمال الصعيد)

ثانيا : على الصحف المحلية الموجودة بالإقليم •

أما الفصل السادس والأخير : فقد حوى نتائج الدراسة وتوصياتها .

نتائج الدراسة :

بالنسبة للإذاعة :

١– تنخفض نسبة البرامج التى تتعرض لقضايا التنمية المختلفة من حيث المدة الزمنية المقدمة بالنسبة إلى طول فترات الإرسال بينما ترتفع نسبة البرامج التى تتعرض لقضايا التنمية المحلية بالنسبة للبرامج العامة حيث بلغت هذه النسبة ٢٤,١٪ بالنسبة إلى فترات الإرسال ٥٣,٥٪ بالنسبة إلى البرامج المذاعة •

٢- ثبات ترتيب اهتمامات إذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية المختلفة خلال الدورات الإذاعية الثلاث حيث احتلت التنمية الثقافية المركز الأول فى الدورات الثلاث فالاجتماعية والاقتصادية وأخيرا التنمية السياسية •

٣- وجود برامج إذاعية تتناول قضايا التنمية المحلية بشكل عام وغير متخصصة بمعنى أن البرنامج الواحد يتضمن في تناوله لقضايا التنمية أكثر من جانب فى الحلقة الواحدة اجتماعيا وسياسيا واقتصاديا وهذا يؤدى الى التكرار والعشوائية فى التقديم •

٤- ارتفاع نسبة اهتمام إذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية الثقافية وكانت هذه النسبة في الدورات الثلاث ٢٥,١١٪ ، كما ترتفع أهمية موضوعات التوعية والشئون الدينية بإذاعة شمال الصعيد حيث بلغت نسبة تكرار الموضوعات الدينية فى قضايا التنمية الثقافية ٥٢,٨٩٪ وهذا يدل على اهتمام زائد بتلك الموضوعات والتى زادت نسبتها عن ضعف نسبة كل موضوعات التنمية الثقافية الأخرى .

٥- اهمال إذاعة شمال الصعيد لقضايا المرأه والأسرة حيث لم تزد نسبة الاهتمام بتلك القضايا عن ٥,١٩٪ من نسبة الاهتمام بقضايا التنمية الاجتماعية •

٦- تحتل التنمية السياسية المركز الأخير فى اهتمامات بإذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية وشكلت هذه النسبة ٩,٨٧٪ من نسبة برامج التنمية وهى نسبة منخفضة قياسا بأهمية التنمية السياسية التى يحتاجها الاقليم •

بالنسبة للصحف :

- عدم اهتمام الصحف الاقليمية التى تصدر فى اقليم شمال الصعيد بموضوعات وقضايا التنمية المختلفة حيث لا تمثل مساحتها في أى الأحوال أكثر من ٣٣,٢٢٪ من جملة المساحة الكلية لأكثر تلك الصحف اهتماما بقضايا التنمية وهى صحيفة

صوت المنيا ، وهذا يعنى ضرورة الاهتمام بتخصيص مساحات أكبر من تلك الصحف للموضوعات الخاصة بقضايا التنمية المحلية .

- زيادة اهتمام الصحف الاقليمية لشمال الصعيد بقضايا التنمية السياسية حيث احتلت المركز الأول في اهتمامات صحف الدراسة بقضايا وموضوعات التنمية المختلفة حيث بلغت نسبة هذا الاهتمام ٢٣,٩٥٪ من نسبة المساحة الخاصة بموضوعات التنمية . ومع ذلك انخفضت نسبة الاهتمام بموضوع التوعية السياسية حيث لم يحظ هذا الموضوع رغم أهميته إلا بنسبة ٥,٤٤٪ من نسبة الاهتمام بقضايا التنمية السياسية .

- زيادة الاهتمام بموضوعات وقضايا التنمية الثقافية على الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية حيث بلغت نسبة الاهتمام بقضايا التنمية الثقافية ٢٨,٣٦٪ من حيث المساحة و ٣٠,٣٧٪ من حيث تكرار ظهور موضوعاتها على صحف الدراسة .

رسائل الدكتوراة فى الإعلام
من قسم الصحافة
بكلية الآداب بسوهاج

العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار
دراســــة تطبيقية على حراس البوابة
وانتقاء الأخبار فى راديو القاهرة

اســـم الباحث : يوسف يعقوب مرزوق .
الدرجة العلمية : دكتوراة .
الاشـــراف : أ.د/ ابراهيم إمام . أ.د/ محمود حلمى مصطفى .
سنة المـــنح : ١٩٨١م .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

مشكلة هذه الدراسة تتحدد فى محاولة الإجابة على سؤال يمكن صياغته على النحو التالى: ما العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار فى الإذاعة مع التطبيق على القائمين بالعمل الإخبارى فى راديو القاهرة ؟. وتستهدف بهذا التعرف على العوامل التى تتحكم فى عملهم وخاصة عند انتقاءهم للأخبار والهدف من هذه الدراسة هو التوصل إلى معرفة أى العوامل التى قد تؤدى إلى حجب بعض الأخبار وعدم إذاعتها أو تلوينها والانحراف بها عن موضوعيتها .

وتبدو أهمية هذا الموضوع للدراسة من النظر إلى الراديو كوسيلة إعلامية ، وخصائص هذه الوسيلة فمنذ الأيام الأولى للراديو والأخبار تشكل جانبا له أهميته من

بين ما يقدمه من انتاج ، بل كانت نشرة الاخبار من المواد الأولى التي قدمت في محطات الإذاعة بعد اكتشافها .

نوع الدراسة ومنهجها وأداتها :

تعد هذه الدراسة وصفية دراسة وصفية وقد استخدام الباحث منهج المسح الميداني على القائمين بالاتصال في راديو القاهرة من مندوبين ومراسلين ومترجمين للاخبار ومحررين للاستماع السياسي وكذلك المحررين ورؤساء التحرير المسئولين عن النشرات وإعدادها .

كما استخدم الباحث منهج المسح التحليلي لتحليل مضمون انتاج حراس البوابة وهو نشرات الأخبار الرئيسية التي تذاع يوميا من خلال فترة زمنية محددة .

وكانت أداة جمع البيانات في هذا البحث استمارة استقصاء للمسح الميداني واستمارة تحليل مضمون للنشرات الإخبارية .

خطة الدراسة :

وتنقسم الدراسة إلى جزئين جزء نظرى ويشمل الفصول الآتية :

الفصل الأول : ويتناول الخدمة الاخبارية في الاذاعة الصوتية بصفة عامة .

الفصل الثاني : حراس البوابة .

الفصل الثالث : أهمية الإذاعات الصوتية إخباريا .

الفصل الرابع : مصادر الأخبار للإذاعة الصوتية.

الفصل الخامس : صالة التحرير في الإذاعة الصوتية

أما الجزء الثاني فيشمل الدراسة التطبيقية على القائمين على الأخبار في راديو القاهرة .

الفصل السادس : مضمون الإنتاج الإعلامى .
الفصل السابع : الدراسة الميدانية على القائمين بالأخبار فى راديو القاهرة .
الفصل الثامن : نتائج وتوصيات الدراسة .

أهم نتائج الدراسة :

أولا : بالنسبة للدراسة الميدانية على حراس البوابة فى راديو القاهرة :

١- أن هناك عوامل تؤثر على القائمين بالأخبار فى راديو القاهرة يمكن تقسيمها إلى عوامل رئيسية ثلاثة هى :

أ - العوامل السياسية والاجتماعية التى بدأت بتدخل الحكومة من خلال جهاز الرقابة والتدخل بالتعليمات والتوجيهات فى حجرة الأخبار وكذلك مدى ارتباط الأخبار فى الإذاعة بالنظام الاجتماعى والأهداف الاجتماعية التى كثيرا ما تنحرف بالعملية الإخبارية عن طريقها كإعلام إلى محاولة الحفاظ على القيم الاجتماعية التى ارتضاها المجتمع وهى فى النهاية مرتبطة بالنظام السياسى فى الدولة .

ب -العوامل التى تتعلق بالضغوط المهنية والقيم الشخصية للقائمين بالأخبار والتى اتضحت من الدراسة الميدانية فى شكل ضغوط حجرة الأخبار والقيم السائدة فيها وأسلوب العمل بداخلها والنمط الفكرى الواحد المتكرر الذى يجعل من القائمين بالأخبار أعضاء واقع بيروقراطى يسود العمل الإخبارى فى راديو القاهرة .

جـ- العوامل المادية والفنية (الامكانيات) التى تؤثر فى العمل الاخبارى وقد اتضح مدى قصور هذه الإمكانات وضعفها وتأثيرها على أسلوب العمل وقصوره فى أداء العملية الإخبارية .

٢- يتساوى الثواب والعقاب بين القائم بالأخبار وموظف الحكومة ، فالعلاوات دورية والترقيات بالأقدمية والحوافز لا مكان لها وإن وجدت فأساس الاختيار لها رئيس إدارى قد يجانبه الصواب كرئيس إدارى.

٣- يسود بين جميع القائمين بالأخبار شعور بالالتزام واحترام الرؤساء والزملاء القدامى.

٤- وضع القائمين بالأخبار بالنسبة لزملائهم العاملين بالإذاعة خاصة فى البرامج والمنوعات يجعلهم يعتبرون أنفسهم من الصفوة فى العمل الإذاعى من حيث كونهم مسئولين عن الشئون السياسية والعمل السياسى والإخبارى.

٥- تشكل الضغوط المهنية والاعتبارات الميكانيكية والزمنية نوعا من القلق والتوتر الناجم عن ملاحقة الأحداث والمنافسة فى الحصول على الأخبار ومتابعتها ، إلا أن الدراسة أثبتت أن الضغوط المهنية على القائم بالأخبار فى الاذاعة أقوى وأشد لارتباط هذه الضغوط باعتبارات ميكانيكية تتعلق بالإذاعة كوسيلة إعلامية لها خصائصها التى تتميز بها عن الصحافة .

٦- أجمع جميع القائمين بالأخبار على مدى تأثير النقص الفنى والمادى والامكانيات اللازمة على عملهم بحيث كثيرا ما تكون هذه الإمكانيات سببا فى القصور الذى يشوب إنتاجهم.

أهم التوصيات :

١- إعطاء الحرية للقائمين بالأخبار فى راديو القاهرة لتقدم جميع الأخبار دون خوف أو مسئولية إلا فى حالة ما يسمى الكيان الاجتماعى.

٢- إعطاء القائمين بالأخبار حق تقديم الأخبار مهما كانت وألا يسقطوا حدثا هاما من نشراتهم خوفا من الحساسيات والعقاب .

٣- منح القائمين بالأخبار حرية اتخاذ القرار فى إذاعة جميع الأحداث على الهواء مباشرة دون التقيد بمواعيد النشرات وذلك لإذاعة الحدث الهام فورا .

٤- تحرير القائمين بالأخبار من جميع اللوائح الحكومية ومن البيروقراطية فى الجهاز الإدارى فى الدولة من حيث التعيين والأجر والحوافز والترقيات .

٥- استعمال شبكة المراسلين المحليين بالمحافظات والموافقة على تعيين مراسلين فى العواصم المختلفة .

البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية

دراسة تطبيقية على إذاعة (ج ٠ م ٠ ع)

اســـــم الباحث : عبد الصمد محمد دسوقى .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

اشـــــــراف : أ ٠ د/ محمود حلمى مصطفى .   أ ٠ د/ ابراهيم امام محمود .

ســـــنة المنح : ١٩٨٢م .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

ليس هناك أدنى شك فى أن وسائل الإعلام مقروءه كـانت أو مسـموعة أو مرئيـة تلعب دورا هاما فى تشكيل حيـاه الفـرد والمجتمـع ، وبصفـة خاصـة فـى المجتمعـات الناميـة ٠ وإذا كانت هذه الوسائل تتكامل فى تأدية خدماتهـا الإعلاميـة والثقافيـة فإن لكـل منهـا تأثيرهـا الخاص فى هذه المجتمعات ٠

وهذه الدراسة ستعنى بالدور الإعلامى الذى تضطلع بـه الإذاعـة الصوتيـه (الراديـو) فهذه الوسيلة تعتبر من أخطر وسائل الاتصال الجماهيرى فى مجتمعاتنا الناميـة حيـث تنتشـر الأمية ويسود التخلف وتسير الحياه وفق تقاليد ومعتقدات باليه تقـف حـائلا دون النهـوض بهذه المجتمعات وتطويرها ٠

والبرامج الإخبارية التى تبثها الخدمات الإذاعية المختلفة إذا ما أحسن اعدادها وتقديمها تستطيع أن تساهم بدور فعال فى تنمية الوعى لدى مستمعى هذه الخدمات وبالتالى يمكنهم العمل على تطوير أساليب حياتهم نحو الأفضل والمساهمة فى حل مشاكلهم .

والمقصود بالبرامج الأخبارية هو كل ما تبثه الإذاعة الصوتية من مواد إخبارية مختلفة وإن كانت سياسية بالدرجة الأولى ، ويقصد بالتنمية هنا تنمية الوعى لدى المستمعين عن طريق هذه البرامج . أو بعبارة أخرى الدور الإعلامى الذى تضطلع به هذه البرامج .

وتهدف هذه الدراسة إلى تقييم هذا الدور بالنسبة لإذاعات القاهرة العربية التى يفترض أن تكون قد قطعت شوطا كبيرا فى هذا المجال . وذلك من خلال الإجابة عن سؤال محدد هو : (هل تسعى الخدمات الإخبارية لإذاعات القاهرة إلى تحقيق رسالة محددة مستخدمة فى ذلك أساليب ملائمة) والمقصود بالرسالة هنا الدور الإعلامى لهذه الخدمات فى المجتمع المصرى .

منهج البحث :

يعتمد البحث على منهج المسح الميدانى بخطواته التقليدية المعروفة والتى تبدأ بجمع البيانات وتسجيلها ثم تصنيفها وتحليلها وعرضها . وقد استخدم الباحث فى هذه الدراسة أسلوب البحث الشامل دون العينة لأن مجال البحث كله لايتعدى المسئولين عن الخدمات الإخبارية فى الإذاعة ، وقد وضح من حصرهم أن عددهم الإجمالى لايتعدى الثمانية والثلاثين شخصا وهو عدد يستطكيع الباحث بإمكاناته المحدوده دراسته كله .

أداه البحث :

استخدم الباحث هنا كأداه لجمع البيانات ، صحيفة الاستقصاء وقد صممت وتم اختبارها طبقا للأصول العلمية ، وقد عدلت بعض الأسئلة وغيرت صياغة بعضها الآخر فى ضوء اختبار الصياغة ، كما أضيفت أسئلة أوضح الاختبار ضرورة توجيهها لأفراد البحث وجمعت بيانات الاستمارة بطريقة المقابلة المباشرة بين الباحث وبين رجال الأخبار المسئولين

أفراد مجتمع الدراسة بهدف استطلاع آرائهم وأفكارهم فى العمل الذى يقومون به ، وأسلوب تنفيذهم لهذا العمل وقد فضلت طريقة المقابلة عن الاستبيان لما فى المقابلة من مزايا تشجيع فرد البحث على الإجابة ، واتاحة الفرصة لتفسير الأسئلة ، ولضمان استكمال بيانات الصحيفة •

المجال الزمنى :

بدأ الإعداد لهذا البحث فى بداية شهر مايو ١٩٨٠م وقد اقتضى الأمر اجراء دراسة استطلاعية قام الباحث خلالها بإجراء مسح لأسلوب الممارسة ومقابلة ومعايشة أفراد مجتمع الدراسة أثناء عملهم فى فترات مختلفة •

ولا يستطيع الباحث انكار الصعوبات التى واجهته فى ميدان البحث سواء ما يتعلق بالتردد فى الإجابات لدى بعض المبحوثين أو الأنماط الجامدة التى تسيطر على جو العمل والطريقة التقليدية التى يمارس بها •

أهم نتائج الدراسة :

وكانت أهم النتائج التى انتهت إليها الدراسة كما يلى :

بالنسبة للخدمات الإخبارية المقدمة من البرنامج العام أو الشبكة الرئيسية :

من حيث الخدمات الإخبارية تحتل المرتبة الثانية من حيث ساعات الارسال بالنسبة للاذاعات العربية كما أنها لاتزال تقدم فى اشكالها الفنية المعهودة •• وعن مضمونها فهى لاتخرج عن النطاق الذى حددته الدوله لها محليا وعربيا ودوليا •

ولقد اثبتت الدراسة أن معيار اختيار الخبر يرجع إلى اعتبارات أخرى وليس لاهميته بالدرجة الأولى ، فأهمية الخبر تراعى فقط بالنسبة للأخبار التى لا تشكل إذاعاتها خطورة على النظام السياسى للدولة ولا على الهيكل الاجتماعى للشعب •• ودور المحرر فى هذا الشأن يستمد من سلسلة التعليمات والتوجيهات التى تحكم عمله ، وفيما عدا ذلك

فاختيار الأخبار يخضع لأنماط سائدة متعارف عليها وفى النهاية تأتى خلفية المحرر السياسية وخبرته .

وتراعى فى تحرير الأخبار أصول تحرير الخبر الإذاعيبقدر الإمكان وتصل عملية توجيه الأخبار وتلوينها إلى الحد الذى يتفق والخط السياسى للدولة وبما لا يتعارض مع أهدافها الداخلية والخارجية .

وبالنسبة لمصادر الأنباء : أثبتت الدراسة أن نشرة الأخبار تعتمد على المندوبين ووكالة أنباء الشرق الأوسط بالنسبة للأخبار المحلية – أما الأخبار العالمية فتحصل عليها الوكالات العالمية للأنباء ومن الاستماع السياسى .

اولا :احترام الوقت المحدد لنشرة الأخبار :

اثبتت الدراسة أنه فى أغلب الأحيان يراعى الوقت المحدد لنشرة الأخبار ولكن يحدث أحيانا أن تتجاوز النشرة هذا الوقت خصوصا إذا كانت هناك أنباء ذات طبيعة خاصة مثل خطب وأحاديث رئيس الجمهورية وأنباء مجلس الوزراء .

ثانيا : الخدمات الإخبارية المقدمة من صوت العرب (الشبكة العربية) .

يتلقى قسم الأخبار والشئون السياسية بصوت العرب الأخبار مترجمة وفى صياغتها النهائية من الأخبار المركزية بالإذاعة .

ويبدو واضحا من إجابات مجموعة الدراسة ومن خلال مراجعتنا لمضمون المادة الإخبارية وصوت العرب أن قضية الشرق الأوسط تأخذ النصيب الأوفر من حيث التغطية الإخبارية ويترتب على ذلك اغفال العديد من القضايا العربية والعالمية الأخرى التى يفترض أن يقوم صوت العرب بدور أساسى فى مجال تعريف المواطن العربى بها ، والنتيجة هى أن المواطن المصرى العربى مثلا لا يعرف الكثير عما يدور فى بلدان عربية شقيقة مجاورة .

ثالثا: الخدمة الإخبارية المقدمة من الشرق الأوسط (الشبكة التجارية):

تتمتع إذاعة الشرق الأوسط ببعض المزايا التى تفتقدها الخدمات الإذاعية الأخرى فهى من حيث الارسال تعتبر من أقوى المحطات الموجهة .. وهى كإذاعة تجارية لا تتقيد بأساليب إذاعية تقليدية فى تقديم موادها سواء من حيث الشكل أو المضمون .

وتتميز المادة الإخبارية فى إذاعة الشرق الأوسط بالإيجاز شأنها فى ذلك شأن بقية البرامج والمواد التى تقدمها والتى تجعلها ذات طابع خاص ، وهذا الطابع طابع السرعة ، ويؤخذ عليها التقصير فى الخدمة الإخبارية ، فرغم أن إذاعة الشرق الأوسط تقدم موجزا للأنباء كل ساعة وهذه خدمة جيدة للمستمع إلا أن هذه المواجز من حيث المضمون تكاد تكون صورة طبق الأصل لمواجز البرنامج العام أو الخدمة الرئيسية .. نفس الأخبار ونفس الترتيب ونفس الأخبار المكررة .

ويرجع محرروا الشرق الأوسط عملية التكرار هذه إلى عدم وجود الامكانات البشرية والمادية والفنية اللازمة لعمل خدمة إخبارية مستقلة ووافيه .

رابعا : الخدمة الإخبارية بإذاعة الشعب (الشبكة المحلية)

أنشئت إذاعة الشعب سنة ١٩٥٩م وهدفها الأول محاولة الالتحام بالجماهير والوقوف على مشاكلها والعمل على حلها بقدر المستطاع ، ومعايشة طوائف الشعب أينما كانت .

ومن أهدافها أيضا تبسيط القضايا السياسية والاقتصادية ومحاولة تكوين رأى عام محلى يدفع المواطن إلى المشاركة الايجابية فى صنع حياته .

ولكن الدراسة اثبتت قصورا واضحا نحو تحقيق هذه الأهداف . فالأخبار المقدمة هى نفس الأخبار المذاعة عن طريق الخدمة الرئيسية (البرنامج العام) والامكانيات فى المجال الإخبارى ضعيفة إلى حد كبير لا تتناسب مع المجال المحلى الذى يجب أن تقوم بتغطيته إذاعة الشعب .

وأوجه القصور هذه ترجع إلى ضعف الامكانيات المادية والبشرية والفنية فى المجال الإخبارى وإلى ربط الخدمة الإخبارية بإذاعة الشعب بالخدمة الإخبارية المركزية بالإذاعة .

مناقشة النتائج والتوصيات :

وأخيرا وعلى ضوء نتائج البحث يمكن أن نفحص الفرض الرئيسى وهـو " أن الخدمات الإخبارية بإذاعة القاهرة تنبع من تصور واضح لرسالة محددة وأنها تحق هذه الرسالة بكفاءة " (وعبارة تحقيق الرسالة بكفاءة هنا تـرادف ما سبق تحديـده بإستخدام الأساليب الملائمة لتقديم هذه الخدمات) .

وهنا يمكن القول على ضوء هذه الدراسة أن المسئولين عن الخدمات الإخبارية بإذاعـات القاهرة يدركون أهمية وخطورة الدور الذى يمكن أن تلعبه الخدمات الإخبارية سـواء علـى الصعيد المحلى أو القومى أو العالمى . . . فالتصور واضح لرسالة هذه الخدمات ولكن هنـاك قصورا فى التنفيذ يرجع بالدرجة الأولى إلى ضعف الامكانيات المادية والفنية من ناحيـة وإلى بيروقراطية اتخاذ القرار بالنسبة لإذاعة الأخبار الهامـة الناتجة عـن تقييـد حريـة العـاملين فـى الأخبار وربطهم بالرقيب من ناحية أخرى .

كما أثبتت الدراسة أن هناك ميلا لاستخدام الأساليب المباشـرة والتقليديـة فـى تقديـم البرامج الإخبارية بصفة عامة وأن هناك تقصيرا فى الإفادة من امكانات الإذاعة لخلق صيـغ وأساليب فنية متميزة تجذب انتباه المستمع إلى هذه البرامج بحيـث تفيـد إلى أقصـى حـد مـن النسبة التى تحتلها ضمن ساعات الإرسال. وهذا القصور لايجعلنا نسلم بـالفرض الأساسـى الذى بدات به الدراسة .

كذلك فإن الفرض الثالث وهو أنه (ليس هناك تصور واضـح لرسـالة محـددة وأن هـذا ينعكس بالتالى فى شكل قصور فـى التنفيـذ) هـذا الفـرض لايصـدق كليـه ، فرغـم وجـود القصور فى التنفيذ إلا أن هناك وعيا برسالة البرامج الإخبارية .

وعلى ذلك يمكن القول بأن نتيجة البحـث ترجـح قبـول الفـرض الثـانى وهـو أن هنـاك قصورا واضحا للرسالة الإعلامية ولكن هناك قصـورا فـى التنفيـذ ، ولكـى تصبـح النتيجـة أقرب إلى الواقع فان صفة الوضوح بالنسبة للتصور يجـب الاسـتغناء عنهـا لنقـول إن نتيجـة

البحث ترجح فى النهاية : أن الخدمات الإخبارية فى إذاعات القاهرة تنبع من تصور لرسالة محددة ولكن هناك قصور فى التنفيذ •

وتستطيع إذاعات القاهرة وهى أجهزة لاتزال فعالة مؤثرة وخصوصا خارج العاصمة بعد سيطرة " الترانزستور " أن تحقق نتيجة ايجابية فى المجال الإعلامى بل يمكنها أن تساهم فى دفع خطط التنمية والوصول إلى نتائج أفضل عن طريق الدراسة والتخطيط العلمى السليم ، بل يجب أن نفعل ذلك لأننا أحوج ما نكون إلى التوعية السليمة والفهم الدقيق لمجريات الأمور فى هذه المرحلة الحرجة من تطورنا الحضارى •

وآمل أن تسهم هذه الدراسة وما وصلت إليه من نتائج واقتراحات فى تطوير الخدمات الإخبارية المقدمة من إذاعات القاهرة العربية حتى تستطيع هذه الخدمات أن تفيد من امكانات الإذاعة الصوتية التى لاتزال تعتبر من أخطر وسائل الاتصال فى المجتمعات النامية •

المادة الإخبارية

فى تليفزيون جمهورية مصر العربية

دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار

اسـم الباحث : محمد معوض ابراهيم نصر .
الدرجة العلمية : الدكتوراة .
اشـراف : أ.د/ ابراهيم إمام . أ.د/ محمود حلمى مصطفى .
د/ فوزيه فهيم .
سنة المنح : ١٩٨١م .

مشكلة الدراسة :

تهتم هذه الدراسة فى المقام الأول بنشرات الأخبار فى التليفزيون المصرى باعتبارها من أهم أهداف السياسة الإعلامية للتليفزيون كجهاز إعلامى ، وذلك لوضع تصور واضح لأبعادها فى محاولة لعلاج ما يشوبها من قصور يتضح فى إحجام نسبة كبيرة من المشاهدين عن مشاهدتها ورؤيتها ومتابعتها ، على الرغم من أن نشرات الأخبار تعتبر من أفضل البرامج والفقرات التى يقبل عليها مشاهدوا التلفزيون فى الدول المتقدمة ، حتى أنها تشكل جزءا عميقا من نسيج بنيان الحياة اليومية لهؤلاء المشاهدين .

فروض الدراسة :

ويقدم الباحث مجموعة من الفروض تقوم عليها دراسته المقارنة لتحليل المضمون هي:

١. كثرة الأخبار الأجنبية في نشرات أخبار التلفزيون المصرى ، وتضاؤل التغطية الإخبارية المحلية المصورة بصورة عكسية مع ما يحدث في محطات التلفزيون العالمية مما قد يفقد النشرات الإخبارية أهميتها ، وكذلك تركيز التغطية الإخبارية المحلية بصورة واضحة على أخبار العاصمة •

٢. قلة المادة الإخبارية المصورة في نشرات أخبار التلفزيون المصرى ، مما قد يتسبب في احجام المشاهدين عن مشاهدتها ومتابعتها •

٣. طغيان مصادر أخبار التلفزيون الأجنبية المستخدمة في نشرات أخبار التلفزيون المصرى على مصادر الأخبار المحلية ، وقصور دور مندوبي أخبار التلفزيون المصرى بصورة واضحة ، في الوقت الذى تعتبر فيه أخبار التلفزيون هي أخبار المندوب •

٤. لايحظى بناء نشرات أخبار التلفزيون بالاهتمام الكافي بقدر ما نجده من اهتمام في النظم التلفزيونية العالمية المتقدمة ، وغالبا ما تقدم الأخبار في نشرات أخبار التلفزيون حسب ترتيبها ، كما تبنى أهميتها على أهمية الأشخاص الذين تتناولهم النشرة •

٥. تكرار الأخبار المصورة في نشرات أخبار التلفزيون المصرى دونما تغيير في شكلها أو مضمونها ، مما قد يتسبب في نفور المشاهدين منها ، في حين أن التكرار مع بعض التغيير سواء في الشكل أو المضمون يعتبر أكثر فاعلية •

٦. هبوط مستوى اعداد وتنفيذ بعض الفقرات الإخبارية ، وقلة وسائل الايضاح بما لا يتناسب مع ما تتضمنه النشرات من بيانات ومعلومات ، وأيضا سوء استخدامها مما قد يؤثر على مضمون النشرات وبما يعوق قدرة المشاهدين على الفهم والاستيعاب •

منهج الدراسة ومادة البحث :

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الميداني لتحليل مضمون الصوت والصورة في نشرات أخبار التليفزيون بالقناة الأولى المصرية والتلفزيون البريطاني (B. B. C)

والتلفزيون المتنقل (I . T . N) على مدى عشرة أيام متصلة طوال الفترة من ١٥ أبريل وحتى ٢٤ أبريل ١٩٨١ للوقوف على صورة الخدمة الإخبارية المقدمة فى نشرات أخبار التلفزيون وللوصول إلى الاستنتاجات الخاصة بكل فرض من الفروض السابق ذكرها ، فتحليل المضمون هو المنهج الذى يسعى للتوصل إلى استنتاجات للافتراضات عن طريق التعرف علىخصائص الرسالة الإخبارية بطريقة منهجية وموضوعية .

فئات التحليل :

يحدد برنارد برلسون فئات تحليل المضمون في نوعين رئيسين ، تتدرج تحت كل منها بعض الموضوعات الفرعية ، ويتناول النوع الأول المادة التى يتضمنها مضمون الاتصال ، وتعرف بفئات مادة الاتصال .

أما الثانى فيتناول النواحي الشكلية لهذا المضمون ، وتعرف بفئات شكل الاتصال.

وبالنسبة للنوع الأول الخاص بفئات مادة الاتصال يستخدم الباحث الفئات التالية والتى تخدم أهداف بحثه بصورة كبيرة وهى:

أولا : فئات الدائرة التى تغطيها المادة الإخبارية :

وتهدف هذه الفئة التعرف على الدائرة التى تغطيها أخبار التلفزيون بمعنى هل هذه الأخبار عالمية أو وطنية ؟ وتقصد بالخبر الوطنى أو المحلىكل حدث أو نشاط يقع داخل حدود الدولة ، أما الخبر العالمى فهو كل حدث أو نشاط يقع خارج الدولة . وذلك بهدف التعرف على مضمون المادة الإخبارية الذى يغلب على نشرات أخبار التلفزيون .

ثانيا : فئات مكان الخبر :

وتهدف هذه الفئات إلى تحديد المكان الذى يرد منه الخبر هل هو عاصمة الدولة أم مدينة أو مكان آخر ، سواء أكان داخل الدولة أم خارجها وتفيد هذه الفئات فى التعرف على نوعية البيئة التى تم تغطية أخبارها ، وذلك بهدف تحديد نصيب المحليات باعتبارها الأساس فى تحقيق التنمية القومية الشاملة .

ثالثا : فئات مصادر أخبار التلفزيون :

وتعنى المصادر التى قامت بتغطية الخبر ، أى المصدر أو المرجع الذى تنسب إليه أخبار التلفزيون وهى :

- مندوب أخبار التلفزيون ، ونعنى به المندوب الذى يتواجد فى موقع الحدث ليقدمه للمشاهدين .
- مراسل أخبار التلفزيون .
- وكالات الأنباء العالمية المصورة .
- التبادل الإخبارى ونقصد به كل المواد الإخبارية التى تأتى عبر الأقمار الصناعية .
- وكالات الأنباء البرقية .
- أية مصادر أخرى .

رابعا : فئات موضوع المادة الإخبارية الذى يخدم التنمية

وتضم كل الأخبار والقصص الإخبارية التى لها صلة بعمليات التنمية .

خامسا : فئات نوعية موضوع المادة الإخبارية :

وهى فئات فرعية تتعلق بموضوعات القصص الإخبارية أو أخبار التلفزيون فى التلفزيون المصرى ، والتى حددها الباحث ، كالتالى :

١. القصص والأخبار السياسية .
٢. القصص والأخبار الاقتصادية .
٣. القصص والأخبار الاجتماعية .
٤. القصص والأخبار العسكرية .
٥. قصص وأخبار الشئون العلمية والثقافية .
٦. القصص والأخبار الدينية .
٧. أخبار الجريمة .

٨. القصص والأخبار الرياضية .

٩. أخبار الطقس والأحوال الجوية .

وحدة القياس المستخدمة فى الدراسة :

اختار الباحث المفردة أو المادة ، وتعنى هنا الخبر أو القصة الخبرية ، ذلك لأنها تصلح لمضمون نشرات الأخبار ، كما أن استخدامها يعطينا نتائج صادقة ويحقق قدرا كبيرا من الثبات فى التحليل ، بمعنى أن نحصل على نفس النتائج لنفس التحليل باختلاف المحلل أو الزمن الذى يتم فيه التحليل .

أهم النتائج والتوصيات :

١ – زيادة الاهتمام بالأخبار المحلية والتى لا تشغل إلا حيزا متواضعا فى نشرات الأخبار عن طريق تغطية الأحداث المحلية والداخلية .

٢ – ضرورة أن تعبر عن البيئة المصرية ، وأن تساهم فى خدمة قضايا التنمية فى المجتمع ، مع ضرورة الاهتمام بالمناطق الريفية والنائية المتخلفة باعتبارها الأساس فى تحقيق التنمية القومية الشاملة .

٣ – دعم نشاط مندوبى أخبار التلفزيون ، خاصة وأن أخبار التلفزيون تعتبر هى نفسها أخبار المندوب ، عن طريق تعيين المندوبين الجدد والمراسلين ، والاهتمام بتدريبهم واتاحة الفرصة أمامهم لمعايشة سير العمل الإخبارى فى محطات التلفزيون العالمية المتقدمة .

٤ – دعم نشاط أطقم التصوير وتزويدها بوسائل جمع الأخبار الالكترونية (كاميرات الفديو كاست) ووسائل النداء الآلى ، وكل الامكانيات المادية والبشرية .

٥ – الاهتمام بتدريب العاملين فى أخبار التلفزيون لتساير التقدم التكنولوجى السريع فى تغطية الأخبار .

٦ – الاهتمام الكامل بأرشيف أخبار التلفزيون ، وتزويده بأحدث وسائل الايضاح ، واعداد ملفات خاصة بالصور الفوتوغرافية ، وأخرى خاصة بالصحف والمجلات القومية

والعالمية للاستفاده بها ، كذلك الاهتمام بالمراجع العلمية .و اتاحة الفرص للعاملين للاطلاع ، وتشجيعهم على البحث العلمى .

٧ – إنشاء قسم خاص لإعداد وسائل الايضاح المتنوعة مع ضرورة استخدام الكروماكى Chroma Key فى النشرات والبرامج الإخبارية كى يتسنى الاستخدام الأمثل لوسائل الايضاح .

٨ – تقسيم العمل على أساس وحدة النشر ، بمعنى أن يختص بإعداد كل نشرة فريق من المحررين والمترجمين والمخرجين والمعلقين .

٩ – الحرية الكاملة فى عرض جميع وجهات النظر المؤيدة والمعارضة والمشاركة فى الأحداث ، وفى مختلف القضايا ، وتخليص العمل الإخبارى من كل المعوقات .

١٠– ضرورة الاهتمام بإعداد وتنفيذ نشرات الأخبار فى التلفزيون ، وتقديمها حسب أهميتها مع استخدام الموجز المصور الذى يجذب انتباه المشاهدين ، والاهتمام بنهاية النشرات الإخبارية ، والتنويه باستمرار على أهم الأخبار والأحداث قبل موعد النشرة، على أن تذاع التفاصيل الكاملة داخل النشرات ، ومن جهة أخرى مراعاة عدم تكرار المادة الإخبارية دونما تغيير سواء فى الشكل أو المضمون .

١١– الاهتمام بأبحاث المشاهدين ، وضرورة أن تركز أبحاث أخبار التلفزيون على اتجاهات المشاهدين واهتماماتهم وقيمهم وعاداتهم ، والحرص على استمرارها لمعرفة آراء الجماهير فيما يقدم من مادة إخبارية ، ومدى تحقيقها لأهدافها .

الإعلام الاسلامى

فى مجتمع الرسول صلى ا لله عليه وسلم فى المدينة

اســـم الباحث : عبد الوهاب أحمد محمد كحيل .

الدرجة العلمية : دكتوراة .

اشــــــــراف : أ • د/ محمود نجيب أبو الليل　　　أ • د/ احسان سعد الدين عسكر

ســـــنة المنح : ١٩٨٣م .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

المشكلة الرئيسية لهذه الدراسة تنحصر فى محاولة الإجابة عن سؤال هو كيف نقدم المنهج الاسلامى بأسلوب فنى إعلامى راق ؟

وفى سبيل هذا فالبحث يقدم الممارسة الإعلامية المثلى للنبى وأصحابه ، بعد أن قدم النظريات والأسس الإعلامية التى رسمها القرآن الكريم ورسمتها السنة النبوية الصحيحة كنموذج • وعلى رجال الإعلام الاسلامى التأسى والاقتداء ، وتقديم ذلك المضمون والتراث بما يناسب شعوب العصر الحديث من أساليب ووسائل ، وقد تضمنت الرسالة أيضا أمثلة للأساليب ، ولم نتحدث عن الوسائل لأن الوسائل التى كانت سائدة آنذاك لا تناسب العصر الحديث •

منهج الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة لتحليل مادتها على المنهجين التاريخى والتحليلى ، وقد استرشدنا بآيات القرآن الكريم وكتب السيرة النبوية ، وكتب الإعلام الحديث ، لاستنباط تلك القيم الإعلامية الإسلامية وكيفية ممارستها ، فالإعلام الإسلامى كان يمارس بالفعل ولكنه لم يكن يسمى بسمات العصر الحديث .

خطة الدراسة :

تتكون الدراسة من أربعة أبواب .

تعرض الباب الأول منها لمفهوم الإعلام الإسلامى مع المقارنة بين الإعلام الإسلامى فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم فى المدينة وبين ما يجب أن يكون عليه الإعلام فى الدول الإسلامية ، كما فرق بين الإعلام الإسلامى والدعوة والأسس الفنية للدعوة وللخبر وللعلاقات العامة مع ببيان الأسس الفنية لكل منها .

وفى الباب الثانى ركزت الرسالة على الخبر فى القرآن الكريم من حيث أهميته وأنواعه وأساليبه ووظائفه ولدور الخبر فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم ثم عرض للصحابة كرجال خبر .

وفى الباب الثالث موضوع العلاقات العامة فى القرآن الكريم من حيث أهميتها وأساليبها ووسائلها وتنظيمها ثم لدعائم العلاقات العامة الإسلامية فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم فى المدينة وأسس تنظيمها ، ولدور الصحابة رضوان الله عليهم كرجال علاقات عامة وأساليب ممارستهم لها .

أما الفصل الرابع ، فقد تعرض للدعوة وفقا لنفس الجوانب الخاصة بكل من الخبر والعلاقات العامة .

وفى كل هذه الجوانب مزجت الدراسة بين النظرية والتطبيق وحرص الباحث على أن يأخذ العرض أسلوب التتابع المنطقى.

نتائج الدراسة :

١. إن الإعلام الإسلامى حقيقة قائمة ، مهما قال أعداء الإسلام غير ذلك فالإسلام دين انتشر من غير إكراه "لا إكراه فى الدين " (سورة البقره ٢٥٦) ، بل كان الإسلام يحترم الأديان الاخرى ، ويدعو المسلمين إلى الإيمان بالأنبياء السابقين للنبى محمد صلى ا لله عليه وسلم " آمن الرسول بما أنزل إليه من ربه والمؤمنون كل آمن با لله وملائكته وكتبه ورسله ، لا نفرق بين أحد من رسله وقالوا سمعنا وأطعنا غفرانك ربنا وإليك المصير " (سورة البقره ، ٢٨٥) . ولما شرع الجهاد كان النبى يرسل قادته فيأمرهم بتخيير الناس بين الإسلام أو البقاء على دينهم مع دفع الجزية ، أو القتال ، والقتال بعد رفض الجزية والإسلام ، أى فى حالة الاعتداء فقط لرده ، كما رأينا من قبل ..

٢. إن القرآن الكريم قد وضح أسس الإعلام ورسم طريقته واهتم بفنونه وأن الرسول وأصحابه قد مارسوا تلك الفنون الاعلامية بمهارة فائقة ، ودقة بالغة ، ومثالية منقطعة النظير ، لم ولن تحدث بعد ذلك.

٣. إذا كان الإسلام قد اهتم بالإعلام ووضع أسسه ورسم طريقته ، واهتم بفنونه وإذا كان الرسول وأصحابه قد مارسوا هذه الفنون بمهارة ، فإن النظرية والتطبيق الخاصتين بالإعلام الإسلامى موجودتان فى القرآن الكريم وفى سيرة الرسول العظيم ، وبالتالى فهما ماثلتان أمام المسلمين ، وما عليهم الا أن يفتحوا أعينهم ويمدوا أيديهم لأخذ هذه النظريات وأمثلتها التطبيقية وأن يعملوا فكرهم لإمكان تقديم هذا التراث فى الإعلام الإسلامى ، فى العصر الحديث ، فالإسلام دين صالح لكل زمان ومكان وقد وضح القرآن أن الدعوة يجب أن تكون على بصيرة ، بمعنى حسن عرضها وحسن تقديمها

بالأسلوب الملائم المناسب الجذاب " قل هذه سبيلى أدعوا إلى الله على بصيرة أنا ومن اتبعنى " (سورة يوسف ، ١٠٨) .

وخلاصة ذلك أن الاعلام في الدول الاسلامية ، يجب أن يستمد أصوله ومفاهيمه ونظرياته ومحتواه من الإسلام وشريعته السمحاء ، ومن القرآن الذى حوى كل شئ " ما فرطنا في الكتاب من شئ " (سورة الانعام ، ٣٨) .

٤. إن الخبر فن من فنون الإعلام الإسلامي الأصيل ، له أسس وأصول إسلامية ظهرت في القرآن الكريم وفي سنة النبي صلى الله عليه وسلم ، وفي ممارسة الصحابة وتخطت حواجز الزمان والمكان ، وعرفت طريقها إلى كل البشر وعلى ذلك فهي مادة هامة من مواد الإعلام الإسلامي وفن من فنونه يجب أن تراعى في تقديمها الأسس الفنية الإسلامية .

٥. إن العلاقات العامة ظهرت أولا في الإسلام ، ووضع القرآن الكريم والسنة النبوية لها أسسا متينة أصيلة، تجعل الفرد يمارسها بطريقة تلقائية لا تحتاج الى تكلف ولا تصنع ، حيث بدأت من المستوى الخاص ، فنظمت بناء الأسرة المسلمة ووجودها وكيانها ، ووضعت احتياطات الأمان لها في حالة انهيارها . كل ذلك حتى ينشأ الفرد المسلم في جو من المحبة . وذلك إلى جانب الآداب العامة التي تجعل الفرد المسلم ينشأ على قواعد الذوق والأدب من تلقاء نفسه ، يحب الآخرين ويعمل على راحتهم وارضائهم ، ويحترم مشاعرهم وذلك على العكس من العلاقات العامة الحديثة ، التي لا تبدأ مع بداية الطفل والأسرة ، ولكن تبدأ من المؤسسة والمنشأة ، ولكن ذلك غير ممكن التطبيق بصورة مرضية لأن الأسس التي تربى عليها الفرد منذ نشأته تغلب تلك التي يحاولون فرضها عليه بعد أن صار فردا في المجتمع ، فالطبع يغلب التطبع .

٦. ولهذا يجب أن تستفيد إدارات العلاقات العامة من أسس ومبادئ العلاقات العامة الإسلامية ، وأن يستفيد منها رجال التربية لتنشئة أطفالنا عليها .

٧. إن الدعوة يجب أن تمارس فى إعلام الدول الإسلامية ، فى كل ما يصدر عن أجهزتها فصدق الخبر فى نشرة الأخبار دعوة ، وصدق الإعلان واحتواء رسالته الإعلانية على الحقيقة لا على المبالغة والتهويل من أجل - الكسب المادى - دعوة ، وارتفاع المستوى فى البرامج الصحف إلى المضامين اللائقة والنافعة وبعدها عن سفاسف الأمور ، أيضا دعوة .

٨. إن ممارسة الإعلام الإسلامى لاتكون قاصرة على أجهزة إعلامية خاصة أو متخصصة وإنما كل إعلام الدول الإسلامية يجب أن يكون إعلاما إسلاميا ، يحمل التراث الدينى ويعبر عنه بأسلوب رفيع جذاب ، فيه الفنية الملائمة لذلك التراث العظيم والمتعالية عن سفاسف الأمور وتوافه الافكار .

٩. إن ممارسة الإعلام الإسلامى تعنى إسلامية المنهج والمحتوى ممزوجا بفنية الأسلوب الإعلامى، المناسب لذلك المحتوى وذلك المنهج ، فلا المنهج الاسلامى يعنى أن تكون المادة جافة ، والنبرة وعظية خطابية عالية ، تحمل التهديد ، وتهتم بالشكيات والتباكى على ماضى المسلمين الزاهر وحضاراتهم الذاهبة ولا فنية الأسلوب تعنى الابتذال والسقوط إلى حد الأفكار التافهة والتعبيرات الخليعة والعبارات الماجنة ، وإنما دور رجال الإعلام الإسلامى يكمن فى تقديم المنهج والمحتوى الإسلامى بأسلوب فنى إعلامى جذاب ومشوق . وهذا يتطلب من رجال الإعلام الإسلامى الإلمام بالإعلام ومعرفة الإسلام والعمل به .

١٠. يجب أن يفهم رجال الإعلام الإسلامى جيدا الوسائل الحديثة والمتطورة والمناسبة ، وأن يفهموها ويتمرسوا عليها ، ليواكبوا بالإعلام الإسلامى الحضارة والتقدم ، مستعملين تلك الوسائل فى خدمة الإسلام والإعلام عنه ، فاستخدام الوسائل الحديثة لايعنى تقديم المضامين التافهة الساقطة ، ولكنها وسائل توجه حسب ما يوجهها القائمون على أمرها .

١١.إن رجال الإعلام الإسلامي ، يجب أن يدرسوا جمهورهم المستقبل لإعلامهم حتى يستيطيعوا توجيه ما يناسب كل طائفة من طوائف الجمهور ، من المحتوى الإسلامي ، وبالوسائل والأساليب الملائمة أيضا ، فالمسلمون لهم أسلوب وطريقة في العرض والتقديم تختلف عن الطريقة والأسلوب الذى يخاطب به غير المسلمين . والإعلام الإسلامي جهوره كل البشر – مسلمون وغير مسلمين ، عرب وأعاجم ، فهو موجه إلى كل الناس كافة في كل زمان وكل مكان .

١٢.على رجال الإعلام الإسلامي القيام بالأبحاث الخاصة بمعرفة رد الفعل أو رجع الصدى الناجم عن توجيههم لرسائلهم الإعلامية ، لمعرفة مدى ملائمة أسلوبهم . والوقوف على ما يفضله الجمهور حتى يتسنى إرضاء ميول الجماهير وتلبية رغباتها وحل مشكلاتها ، والارتفاع بمستواها وتقديم المحتوى المناسب لكل طبقة من الناس ولكل مجتمع من المجتمعات .

أهم التوصيات :

١– إن الإعلام في الدول الإسلامية لا بد أن يستمد أصوله ونظرياته من الإسلام فالدين الإسلامي ملئ بالتراث العظيم من قرآن وسنة نبوية . وقد حفظها ا لله سبحانه وتعالى ، فلم ولن تتغير ولا تتبدل . وبها كل أصول الإعلام وفنون ممارسته .

٢– يجب أن يدرك رجال الإعلام في الدول الاسلامية أن التراث الإسلامي صالح لأن يكون مادة إعلامية ، فهو صالح لكل زمان ومكان . ويجب ألا يتأثر رجال الإعلام بدعايات أعداء الإسلام القائلة بأن التراث الإسلامي غير صالح للتقديم كمحتوى إعلامي في العصر الحديث .

٣– أن تقدم المواد الاسلامية في أسلوب فني جذاب ، بعيدا عن الترخص والابتذال والأساليب الساقطة وسفاسف الأمور ، بل يكون التراث الإسلامي جذابا ، في أسلوب

فنى رفيع ، يجذب القارئ أو المستمع أو المشاهد ويرفع من ذوقه وينتشله من قمقم اللهو والعبث .

٤- أن تبتعد المواد الإسلامية فى تقديمها فى الإعلام الإسلامى عن الجفاف والنبرة الغليظة وأساليب الوعيد والتهديد ، والتشهير والتباكى على حال المسلمين ، ونعى الحضارات القديمة أحيانا والاعتماد على التفاخر بها أحيانا أخرى .

٥- أن يكون التراث الإسلامى المقدم فى الإعلام الإسلامى متكاملا فلا تناقض بينه وبين بعضه ، فما يذاع فى برنامج تكمله نشرة الأخبار أو حديث أو برنامج تمثيلى ، وكل ذلك من حيث المعانى والمضامين . لأنه مما يعيب تقديم التراث الإسلامى أحيانا التناقض بين كاتب وآخر ووجهة نظر وأخرى وبالتالى تبدو الصورة أمام غير المسلمين متناقضة باهتة . وليست هذه صورة الاسلام ، وإنما هذا تشويه للإسلام .

٦- يجب أن يفهم رجال الإعلام الإسلامى دينهم فهما صحيحا ، وأن يلتزموا بتطبيق مبادئه على أنفسهم ، حتى لايبدو هناك نوع من التناقض . لأن سلوك الإنسان فى حد ذاته دعوة . والإعلام الإسلامى مقدم إلى المسلمين وغير المسلمين فلا بد فيه من التوافق والتكامل بين المحتويات كلها وبين القول والفعل ، أو النظرية والتطبيق حتى يكون أكثر تأثيرا وحتى يكون مؤثرا .

٧- يجب أن يفهم رجال الدين أيضا دور الإعلام وأهميته وخطورته .

٨- أن يفهم رجال الإعلام الإسلامى جيدا حدود وامكانيات وطاقات كل وسيلة إعلامية وأن يلاحقوا التطور العلمى أولا بأول ، حتى يسايروا ركب الحضارة ، ويعيشوا عصرهم . وبذا يقدمون الإسلام ويدعون إليه خير دعوة فلكل مادة وسيلة تناسبها ، وتكون أكثر تأثيرا عن طريقها .

٩- أن يقرأ رجال الإعلام الإسلامي سيرة الرسول العظيم دائما ، وأن يقلبوا صفحات القرآن الكريم ، لمعرفة الممارسة الإعلامية الإسلامية الصحيحة والصحية ، ليستفيدوا منها ويفيدوا بها خير افادة .

إدارة العلاقات العامة فى مصر

اســـم الباحث : محمد عمر متولى العطار .
الدرجة العلمية : ماجستير .
اشـــــراف : أ.د/ احسان سعد الدين عسكر أ. يحيى أحمد ابو بكر
سنة المنـــح : ١٩٨١م .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

يقوم هذا البحث بدراسة لإدارات العلاقات العامة فى مصر دراسة وصفية تحليلية للتعرف على واقعها ، وما ينبغى أن تكون عليه بهدف التقييم العلمى الموضوعى لواقع تلك الإدارات ، ومدى أهميتها ، وما ينبغى أ، تكون عليه من الناحية الإدارية والتنظيمية ، وأساليب الممارسة والتخطيط والتقويم ، وما ينبغى أن تقوم به من واجبات ونشاطات ومسئوليات ، وما ينبغى توافره من صفات فى العاملين بتلك الادارات ، ومقارنة النتائج التى توصل اليها الباحث بنتائج الدراسات السابقة لمعرفة مدى التغير الذى طرأ عليها ، وأهم المشكلات التى مازالت تعانى منها ، واقتراح التوصيات التى من شأنها مواجهة تلك المشكلات ومعالجتها بما يتلائم مع ظروف بلادنا .

نوع الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تهدف إلى الحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث ، وجمع كل البيانات الضرورية المتعلقة به ، وتحليلها بأكبر قدر من الدقة والموضوعية ، حتى تزداد درجة اعتمادية النتائج المستخلصة منها ، ولذلك تطلب الأمر ضرورة الاهتمام بالتصميم الشكلى والهيكلى لتلك الدراسة .

مناهج الدراسة :

١ - منهج الدراسات المسحية :

ويعتبر هذا المنهج من أهم المناهج التى استخدمها الباحث ، لأنه يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف لكل ما يتعلق بموضوع البحث من المفردات المكونة لمجتمعه ، فقد كان الهدف الأساسى من تلك الدراسة هو دراسة واقع ادارات العلاقات العامة فى مصر فى الوقت الحالى ، للتعرف على مدى التطور الذى لحق بها والأوضاع القائمة عليها ، ومسح أساليب تنظيم تلك الادارات ، ودراسة جوانبها الإدارية ، ومسح أساليب ممارستها ، وطرائق أدائها ، وتخطيط برامجها ونشاطاتها ، وطرق تقييمها ، والتعرف على مفهومها التطبيقى ، وجمع البيانات والمعلومات عن العاملين بتلك الإدارات من حيث المؤهلات والصفات ، ومسح طرق الاتصال التى تستخدمها والتعرف على أهم المشكلات التى تعوق أدائها لوظائفها على الوجه الأكمل ، وطرق معالجتها أو حلها ، وذلك من أجل تصوير الواقع التطبيقى الفعلى لتلك الادارات . وافضل المناهج التى تساعدنا على تحقيق هذه الأهداف منهج المسح الميدانى .

٢ - منهج الدراسات التطورية :

ويركز هذا النوع من الدراسات على وصف التغييرات التى تحدث فى الظاهرة أو فى مجموعة الظواهر موضع الدراسة خلال فترة زمنية ونتيجة لمرور الزمن ، ومن ثم لايقتصر الأمر على مجرد وصف الوضع الحالى للظاهرات أو العلاقات بينها ، وخاصة إذا توافرت بيانات تاريخية كافية تسمح بعملية التحليل والاستنتاج والتعميم ، والقيام بدراسة تتبعية تبين مدى تطور الظاهرة موضوع البحث والتغيرات التى لحقت بها ، ولهذا قام الباحث بجمع المعلومات والبيانات المتاحة عن موضوع دراسته ، وتنظيمها ، وإعادة تصنيفها ، وتفسير جوانبها المتعددة ، وتوصل إلى خلاصات جديدة ، ألقت الضوء على واقع إدارات

العلاقات العامة فى مصر ، هـذا فضلا عـن أن البـاحث قـام بدراسـة تاريخيـة تتبعيـة لنشأة إدارات العلاقات العامة فى مصر وتطورها •

٣ – منهج دراسة العلاقات المتبادلة :

إذ قام الباحث باختيـار عينـة ممثلـة لمجتمـع البحث ، ودراستها دراسـة شـاملة متعمقـة مستوفيه بهدف الوصف والفهم الكاملين لكل حالة على حدة ولجميع العوامـل المتشـابكة ، والقـوى الداخلـة فـى كـل منهـا ، ومعرفـة الخصـائص العامـة لجميـع مفــردات البحــث ، والخصائص التى تتميز بها كل مجموعة متجانسة من هذه المفردات ، ويمكننا أن نطلـق علـى مثل هذه الدراسة " دراسة الحالة " ، حيث أنها تفيدد فى اسـتخلاص النتـائج مـن الدراسة المتكاملة لجميع الحالات (مفردات عينة البحث)•

كما قام الباحث بعقد مقارنـات بين نتـائج الدراسـة التى قـام بهـا ونتـائج الدراسـات السـابقة بهدف التعرف على أهم العوامل والمتغـيرات التى تؤثـر علـى موضـوع البحـث أو تكمن وراء جوانبه ، لتمدنـا بـدلالات ذات أثـر كبـير فـى الكشـف عـن مواطـن الضعـف والقصور •

خطة الدراسة :

تشتمل الدراسة على عشر فصول : تناول الفصل الأول منها مفهوم العلاقات العامـة ، والثانى نشأة العلاقات العامة فى مصر وتطورها واسـتعرض الثـالث تنظيـم إدارة العلاقـات العامة ، والرابع العاملون فى إدارة العلاقات اللعامة ، وفى الفصل الخامس انتقلت الدراسـة إلى التعرض لأوجه نشـاط إدارات العلاقـات العامـة وفـى الفصـل السـادس تنـاولت طـرق اتصال إدارات العلاقات العامة بالجماهير •

أما الفصل السابع فهو دراسة لتخطيط برامج العلاقات العامة والثامن دراسة علمية لتقييم خطط برامج إدارات العلاقات العامة ثم دراسة عن الهيئة العامة للاستعلامات كجهاز للعلاقات العامة .

نتائج الدراسة :

أولا : مفهوم العلاقات العامة وتتضمن :

١- هناك حوالى ٦٠,٣٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المصرية يرون أن العلاقات العامة علم وفن . علم من زاوية البحث والتوصيف ، وفن من زاوية التطبيق شأنها شأن المهن الرفيعة الأخرى كالطب والمحاماه والهندسة .. الخ . ويتركز معظم هؤلاء العاملين بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالوزارات والجامعات والبنوك ، أما الباقون فمنهم حوالى ١٧,٣٪ يرون أن العلاقات العامة فن يعتمد على الخلق والإبداع ، ويتركز معظمهمم بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالمحافظات والفنادق والمؤسسات الصحفية ، بينما هناك حوالى ١٢,٤٪يرون أن العلاقات العامة علم له أصول ومبادئ يقوم عليها ، ويتركز معظمهم بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالشركات والوزارات والبنوك ، ويتضح لنا مما سبق أن هناك حوالى ٣٩,٧٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة فى مصر ينظرون الى العلاقات العامة من جانب واحد فقط ، وتعتبر نسبتهم غير مرضية ، وبالرغم من ذلك فان مفهوم العلاقات العامة فى مصر أصبح أكثر وضوحا عما كان عليه الحال من قبل .

٢- كما دلت نتائج الدراسة الميدانية فى أكثر من موضع على أن مفهوم العلاقات العامة فى مصر مازال يكتنفه بعض الغموض ، حيث أن هناك تناقضا بين التطبيق الفعلى للعلاقات العامة فى معظم إدارات العلاقات العامة فى المؤسسات المصرية وبين ما ينبغى أن تكون عليه ، مما يعكس لنا سوء التطبيق ، هذا فضلا عن أن هناك كثيرا من العاملين فى إدارات العلاقات العامة يخلطون بين مفهوم العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية ،

والعلاقات الصناعية ، وبينه وبين فنون الاتصال الاخرى كالاعلام والإعلان والدعاية ، رغم أنها جميعا تعتبر جزءا من كل .

ثانيا : أهمية العلاقات العامة .

١- هناك حوالى ٩٠٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة يؤمنون بأهميتها للمؤسسات التى يعملون بها ويتركز معظم هؤلاء العاملين بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالفنادق والبنوك والشركات ، بينما هناك حوالى ١٠٪ يرون الاستغناء عنها ، ويتركز معظمهم فى ادارات العلاقات العامة بالمحافظات والمؤسسات الصحفية والهيئات ، وقد لوحظ أنهم من العاملين فى ادارات العلاقات العامة ، ولكنهم لايحبون المهنة نظرا لأنها بعيدة عن تخصصاتهم أو لا تتلائم مع ميولهم واستعدادهم ، ومن ثم ينبغى إقصاء هؤلاء عن العمل فى ميدان العلاقات العامة .

٢- اتجاه حوالى ٩٦,٩٪ من المؤسسات المصرية إلى تقريب إدارات العلاقات العامة بالمؤسسة إلى مستوى الإدارة العليا كمستوى إشرافى ، إلا أن هناك بعض المؤشرات تؤكد لنا أهمية هذه التبعية تبعية شكلية .

٣- عدم وجود اتجاه عام لتحديد عدد العاملين فى ادارات العلاقات العامة فى مصر ، فهناك بعض المؤسسات لا يتلائم عدد العاملين فى ادارات العلاقات العامة بها مع حجم تلك المؤسسة أو حجم الجماهير التى تتعامل معها .

٤- اكدت نتائج الدراسة أن هناك حوالى ٤٠,٥٪ من إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المصرية لا تتبع أسلوبا معينا فى التنظيم وفقا للاتجاه الإدارى الحديث ، وليس معنى ذلك انها لاتقوم اداء مهامها بكفاءة او تمارس نشاطاتها بنجاح ، بينما هناك حوالى ٢٩,٥٪ منها تاخذ بالاسلوب الاتصالى ، وحوالى ٢٠,٥٪ تاخذ بالاسلوب الاتصالى الإعلامى ، وحوالى ٩,٥٪ تاخذ بالأسلوب الإعلامى .

٥- هناك حوالى ١,٥٪ من إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المصرية تستعين بمستشارين خاجيين للعلاقات العامة بصفة دائمة ، ويتركز معظم هذه الإدارات فى الشركات والهيئات ، بينما هناك حوالى ٤,٤٪ من هذه الإدارات تستعين بهم أحيانا ، اما النسبة الباقية وهى حوالى ٩٤,١٪ من إدارات العلاقات العامة فى مصر ، فإنها لاتستعين بمستشارى العلاقات العامة الخارجيين فى تخطيط برامجها ونشاطاتها •

ثالثا :سائل الاتصال للعلاقات العامة :

- تحتل المقابلات الشخصية المرتبة الأولى كوسيلة من أهم وسائل اتصال إدرات العلاقات العامة بالجماهير الداخلية ، إذ بلغت نسبة الاتجاه العام لاستخدامها حوالى ١٣,٧٪ من بين وسائل اتصا ل إدارات العلاقات العامة بالجماهير الداخلية ، وتركز هذا الاستخدام بشكل واضح فى ادارات العلاقات العامة بالبنوك والفنادق والمؤسسات الصحفية ، بينما تحتل المطبوعات على اختلاف أنواعها وأشكالها المرتبة الأولى كوسيلة من أهم وسائل اتصال ادارات العلاقات العامة بالجماهير الخارجية ، إذ بلغت نسبة الاتجاه العام لاستخدامها حوالى ١٦,٨٪ ويتركز هذا الاستخدام بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالهيئات والوزارات والشركات

- تعتمد معظم عمليات الاتصال بالجماهير الداخلية للمؤسسات على وسائل الاتصال الشخصى أكثر من اعتمادها على وسائل الاتصال غير الشخصى (وسائل الاتصال العامة) ويرجع ذلك إلى الأسباب الآتية:
  ١- أن وسائل الاتصال الشخصى أكثر تأثيرا وفاعلية من وسائل الاتصال العامة •
  ٢- قلة المخصصات المالية لبعض إدارات العلاقات العامة ، مما يجعلها غير قادرة على استخدام وسائل الاتصال العامة •

• تتفوق وسائل الاتصال العامة (الجماهيرى) على وسائل الاتصال الشخصى فى عمليات اتصا ل إدارات العلاقات العامة بالجماهير الخارجية ، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب أهمها :-

١. كبرجم فئات الجماهير الخارجية التى تتعامل مع بعض المؤسسات ، وانتشارها فى أماكن جغرافية متفرقة ، فضلا عن اختلاف أعمارها وأجناسها وثقافتها وقيمها وتقاليدها . . الخ

٢. طبيعة وسائل الاتصال العامة وخصائصها وامكاناتها وقدراتها فى الوصول إلى أكبر عدد ممكن بأقصى سرعة ممكنة .

رابعا : تخطيط برامج العلاقات العامة :

• هناك حوالى ٦٥,٦٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة فى المؤسسات المصرية يؤمنون بفائدة تخطيط برامج إدارات العلاقات العامة ، ويتركز معظمهم بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالشركات والوزارات والهيئات ، أما النسبة الباقية وهى حوالى ٣٤,٤٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة فى مصر ، فإنهم لايؤمنون بفائدة تخطيط برامج العلاقات العامة ، ويتركز معظم هؤلاء العاملين فى إدارات العلاقات العامة بالمحافظات والجامعات والمؤسسات الصحفية بشكل واضح . .

• بلغت نسبة الاتجاه العام لإدارات العلاقات العامة التى تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها حوالى ٥٦,١٪ من ادارات العلاقات العامة فى مصر ، وتتركز معظم هذه الادارات بشكل واضح فى الشركات والبنوك والوزارات ، بينما بلغت نسبة الاتجاه العام لادارات العلاقات العامة التى لاتقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها حوالى ٤,٩٪ من ادارات العلاقات العامة فى مصر ، وتتركز معظم هذه الادارات بشكل واضح فى الجامعات والمحافظات والهيئات ، ولاشك أن هذا من شأنه أن يؤدى - إلى جانب بعض

العوامل والمتغيرات السلبية الأخرى – الى تعويق الدور الهام الذى يمكن أن تقوم به ادارات العلاقات العامة فى مجتمعنا ، وتقليل فعاليته بدرجة كبيرة .

- هناك حوالى ٤,٤٪ من ادارات العلاقات العامة التى تقوم بالتخطيط تقوم بوضع خطط طولة الأجل ، وحوالى ٥٩,١٪ منها تقوم بالتخطيط متوسط الأجل ، بينما بلغت نسبة الاتجاه العام لادارات العلاقات العامة التى تقوم بالتخطيط قصير الأجل حوالى ٣٦,٥٪ من ادارات العلاقات العامة التى تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها ، وهذا يؤكد لنا عدم خضوع برامج العلاقات العامة فى معظم ادارات العلاقات العامة فى مصر لمقتضيات التخطيط العلمى السليم ، كما يعكس لنا النظرة غير الصحيحة الى ادارات العلاقات العامة فى بعض المؤسسات المصرية باعتبارها تؤدى وظيفة غير رئيسية من وظائف الادارة .

- هناك أسباب رئيسية تعتبر من أهم الاسباب التى أدت الى عدم وضع خطة لبرامج ونشاطات العلاقات العامة فى ادارات العلاقات العامة التى لاتقوم بتخطيط برامجها والتى بلغت نسبتها حوالى ٤٣,٩٪ من ادارات العلاقات العامة فى مصر سنذكرها طبقا لاهميتها النسبية على النحو التالى :

١– عدم كفاية المخصصات المالية .
٢ – قلة كفاءة بعض مديرى ادارات العلاقات العامة .
٣ – عدم تفهم الادارات العليا أو العاملين فى ادارات العلاقات العامة ببعض المؤسسات المصرية لاهمية العلاقات العامة .
٤ – سوء تنظيم بعض ادارات العلاقات العامة .
٥ – التغير المستمر للمشرفين أو العاملين فى بعض ادارات العلاقات العامة .

- دلت بعض النتائج على أن هناك وعيا لدى بعض العاملين بادارات العلاقات العامة التى تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها ، وقد يرجع ذلك الى زيادة الاهتمام بعقد دورات تدريبية للعاملين فى بعض ادارات العلاقات العامة فى مصر ، أو حضور مديرى ادارات

العلاقات العامة ببعض المؤسسات المصرية ببعض الدورات التي تعقدها المعاهد العلمية أو المراكز المتخصصة •

أهم توصيات الدراسة :

- يجب العمل على ضمان استقرار العاملين الاكفاء في ادارات العلاقات العامة للاستفادة من خبراتهم •

- العمل على ازالة قيود الروتين التي تفرضها بعض المؤسسات على ادارات العلاقات العامة بها ،وخاصة ما يتعلق باجراءات تسديد السلفيات او الفواتير أو اجراءات استمارات بدل السفر أو اجراءات أذونات تشغيل السيارات • • • او ما شاكل ذلك.

- ضرورة تعاون الادارات المختلفة في أية مؤسسة مع ادارات العلاقات العامة بها ، حتى يتسنى لها أن تقوم بأداء واجباتها على أكمل وجه •

- ضرورة توفير الامكانات اللازمة لادارات العلاقات العامة ، وزيادة المخصصات المالية بحيث تتكافأ مع المسئوليات التي تقع على عاتقها ، حتى يتسنى لها تأدية رسالتها على اكمل وجه

- نبغي ألا يشكو مديروا ادارات العلاقات العامة من ضعف الامكانات المادية أو الفنية أو غيرها تعليلا لاوجه الضعف او القصور في ممارسة نشاطاتهم ، وذلك لان العمل في ميدان العلاقات العامة يتطلب حسن التصرف والحركة الذاتية والانجازات السريعة •

- ينبغي أن يكون البحث العلمي والتخطيط السليم المدروس والتقييم الموضوعي هو أساس العمل في ادارات العلاقات العامة في مصر •

- ضرورة اشتراك العاملين في ادارات العلاقات العامة في وضع وتخطيط برامج ونشاطات اداراتهم ، ضمانا لاقتناعهم وإيمانهم بالعمل الذى يكلف به كل فرد منهم •

- ينبغى على العاملين فى ادارات العلاقات العامة عدم وضع خطط غير قابلة للتنفيذ .

- ينبغى تدريب جميع الموظفين بأية مؤسسة من المؤسسات على فن العلاقات العامة أو التعامل الانسانى، وخاصة هؤلاء الذين يتصلون بالجماهير بحكم عملهم .

- عقد مؤتمر سنوى للسادة مديرى ادارات العلاقات العامة فى مصر لتبادل الآراء والخبرات ولبحث المشاكل التى تقابلهم أثناء ادائهم لعملهم أو ممارستهم لمهنتهم ، ودراسة أهم المقترحات من أجل تحقيق الوحدة الفكرية للعاملين فى هذا الميدان ، والتنسيق بين نشاطهم فى صوره المتعددة وألوانه المتجددة .

- دعم جمعية العلاقات العامة العربية وتوطيد الصلة بينها وبين المعاهد والكليات المصرية العربية المهتمة بتدريس مادة العلاقات العامة لتنسيق الجهود البحثية التى ترمى الى تطوير مهنة العلاقات العامة وتطبيقاتها فى مختلف المؤسسات المصرية والعربية .

- ضرورة الاهتمام بتدريس مادة العلاقات العامة لجميع طلاب المعاهد العليا والجامعات نظرا لأهميتها الكبرى فى حياتهم العملية ، وخاصة كل من يحتم عليه عمله الاتصال بالجماهير والتعامل معها كالأطباء والمهندسين والمحامين وجميع أرباب المهن الحيه ... وغيرهم .

- ينبغى على جميع ادارات العلاقات العامة فى مصر أن تقوى الشعور بالانتماء والولاء لدى العاملين فى المؤسسات المصرية لبلدهم مصر ، ذلك لان الشعور بالانتماء والولاء قد يؤدى فى كثير من الاحيان الى التضحية والفداء .

- ينبغى على العاملين فى ادارات العلاقات العامة فى مصر والدارسين لها والباحثين فى ميدانها أن يستمدوا أهم أسس ومبادئ العلاقات العامة من القرآن الكريم فهو خير مرجع ، وأخصب منهل .

تطور أساليب
إخراج التحقيق الصحفى

اســـم الباحث : فوزى عبد الغنى خلاف .
الدرجة العلمية : الدكتوراة .
إشـــــراف : د/ عبد الوهاب كحيل   أ / يحيى أبو بكر   أ/ سعيد اسماعيل
سنة المنح : ١٩٨٨ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على أشكال التغير التى حدثت فى أساليب اخراج التحقيق الصحفى وأفضلها مناسبة له ومعرفة العوامل المؤثرة فى ذلك فى كل من الجريدة والمجلة ، خلال الفترتين التاليتين :

الفترة الاولى من ١٩٦٢ حتى ١٩٦٣

الفترة الثانة من ١٩٨٥ حتى ١٩٨٧

نوع الدراسة :

وصفية ، وذلك للحصول على وصف كامل ودقيق للمشكلة •

منهج الدراسة :

المنهج التاريخى والمنهج التطورى والمنهج المسحى والمقارن •

أدوات جمع البيانات ومادة الدراسة :

١. تحليل المضمون .
٢. استقصاء غير مقنن .
٣. الملاحظة .

وقد تم بلورة مشكلة الدراسة فى مجموعة من التساؤلات تهدف الدراسة للاجابة عليها هى:

- هل استفاد المخرج الصحفى من امكانيات الجمع التصويرى والطباعة الملساء فى اخراج التحقيق الصحفى ؟
- ما هو تأثير اساليب اخراج الاعلانات المجاورة للتحقيق الصحفى على اخراجه ؟.
- ما هو تأثير العناصر التيبوغرافيه والاشكال التحريرية المجاورة للتحقيق الصحفى على درجة وضوحه ؟
- ما هى العلاقة بين مساحة الصور وبين اخراج التحقيق ؟
- ما مدى اهتمام الصحف بالتحقيق الصحفى من حيث النوع ، والموقع والمساحة ودرجة النشر ، وما هى دلالة الموقع والمساحة على اخراج التحقيق الصحفى ؟
- هل هناك علاقة بين نقص مساحة الصور وزيادة استخدام الاطارات والارضيات داخل التحقيق أم لا ؟

خطة البحث :

وتشمل الدراسة الفصول الاتية :

الفصل الأول : الاتجاه نحو التحقيق الصحفى

المبحث الأول : أهمية التحقيق الصحفى وماهيته.
المبحث الثانى : ظهور فن التحقيق الصحفى.
المبحث الثالث: مصادر التحقيق الصحفى وأنواعه .
المبحث الرابع : كتابة التحقيق الصحفى.

المبحث الخامس: الحاجة الى التفسير .

المبحث السادس: المحقق الصحفي .

الفصل الثاني: العوامل المؤثرة في اخراج التحقيق الصحفي

المبحث الأول : مفهوم الاخراج وأهميته .

المبحث الثاني: وجوب الاهتمام باخراج التحقيق الصحفي .

المبحث الثالث : العوامل المؤثرة في اخراج التحقيق الصحفي ويشمل

المؤثر الأول : عامل الوسيلة . ويشمل ما يلي :

أولا : تأثير الاعلان .

ثانيا : تأثير الورق .

ثالثا : تأثير الوقت .

رابعا : تأثير المساحة .

خامسا: سياسة التحرير .

الفصل الثالث : أسس اخراج التحقيق الصحفي في الجريدة والمجلة ، ويشمل:

المبحث الأول :اخراج التحقيق الصحفي في الجريدة ويشمل جانبين هما:

اخراج الاعلانات المجاورة للتحقيق .

اخراج التحقيق الصحفي في الجريدة ويشمل :

اولا : السلوك البصري للقارئ .

ثانيا : ضوابط اخراج التحقيق في الجريدة .

ثالثا : أساليب اخراج التحقيق في الجريدة .

المبحث الثاني : اخراج التحقيق في المجلة .

أولا : ضوابط اخراج التحقيق في المجلة .

ثانيا : أساليب اخراج التحقيق في المجلة .

الفصل الرابع : تباين تأثير الوحدات التيبوغرافيه فياخراج التحقيق .

المبحث الأول : تأثير الصور والرسوم فى اخراج التحقيق الصحفى .

المبحث الثانى : تأثير العناوين فى اخراج التحقيق الصحفى

المبحث الثالث : تأثير الالوان فى اخراج التحقيق الصحفى

المبحث الرابع : تأثير الاطارات والجداول والفواصل فى اخراج التحقيق الصحفى

الفصل الخامس: تأثير التقدم الطباعى فى اخراج التحقيق الصحفى

المبحث الأول : الطباعة والمفهوم التكنولوجى

المبحث الثانى : تأثير الطباعة التقليدية فى اخراج التحقيق الصحفى

المبحث الثالث تأثير الطباعة الحديثة والكمبيوتر فى اخراج التحقيق الصحفى

الفصل السادس: خطوات اجراءات الدراسة التحليلية .

الفصل السابع: جدولة وعرض الدراسة التحليلية فى الجريدة وتفسير النتائج .

الفصل الثامن : جدولة وعرض الدراسة التحليلية فى المجلة وتفسير النتائج .

الخاتـــــــمة: النتائج والتوصيات .

ثبت المراجع والملاحق .

أهم نتائج الدراسة :

١ – أدى استخدام الجمع التصويرى والطباعة الملساء الى المساعدة على تنفيذ أسلوب اخراج التحقيق المناسب بواسطة تنوع أحجام واتساعات العناوين وتنوع الفواصل والاطارات والجداول والرموز الفنية والاشكال الكثيرة التى تتيحها اجهزة الجمع التصويرى كما ادى ذلك المتغير الطباعى الى كثرة الشبكات المختلفة وتدرجات اللون الاسود والالوان غير السوداء .

٢ – ان الفترة الثانية أقل تأثيرا بالاعلانات المجاورة والعناصر التيبوغرافية .

٣ – كلما زادت أو نقصت مساحة الصور تغير معها اخراج التحقيق •

٤ – أكد المتغير الزمني اهتمام الصحف بموقع ومساحة التحقيق ودرجة نشره فى الفترة الثانية أكثر من الفترة الأولى •

اهم التوصيات :

١ – نوصى بالاهتمام بزيادة تحقيقات الصفحات المتخصصة •

٢ – نوصى بالاستفادة بالالوان المستخدمة فى الاعلانات المجاورة للتحقيق ، وذلك باستخدامها فى اخراج التحقيق المجاور •

٣ – نوصى بتدريب مخرجي الصحف بصفة عامة على امكانيات الميكنة الحديثة من أجهزة الجمع التصويرى والطباعة الملساء ، لاستغلال طاقتها بالكامل عند قيامه بعملية الاخراج •

٤ – نوصى بمراعاة السلوك البصرى لعين القارئ عند توزيع العناصر التيبوغرافية المعبرة عن مضمون التحقيق •

٥ – نوصى مخرج التحقيق الصحفى أن يتعرف على أساليب اخراج الاعلانات والاشكال التحريرية والعناصر التيبوغرافية المجاورة للتحقيق ، حتى يتلافى تأثيرها السلبى أثناء رسمه للتحقيق الصحفى •

الصحافة المصرية
والإعلام السياسي في مصر
من سنة ١٩٥٢ م حتى سنة ١٩٦٢م

اســـم الباحث : فرج حلمي الشناوى .
الدرجة العلمية : الدكتوراة .
الاشـــــراف : أ ٠ د/ مختار التهامي .   أ ٠ د/ منير حجاب .
سنة المنـــــح : ١٩٨٨م .

مشكلة الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل ونقد ما طرحته ثورة يوليو من شعارات ومبادئ وأهداف ورموز سياسية واجتماعية واقتصادية تواكب مراحل تطورها المختلفة في الفترة من ٢٣ يوليو ١٩٥٢ وحتى نهاية ديسمبر ١٩٦٢ باستخدام وتوظيف أدوات وفنون الإعلام السياسي لما لها من أهمية في تهيئة الرأي العام المصري وتحريك دوافعه وسلوكياته للالتفاف حول الثورة وخلق الإدراك وتماسك المجتمع والتنشئة السياسية للأفراد .

أهداف الدراسة :

١- التعرف على أثر غيبة أيديولوجية سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية لثورة يوليو في بدايتها في تحديد توجهات ومعالم السياسة الإعلامية للإعلام السياسي في الصحافة المصرية (الأهرام – أخبار اليوم – الجمهورية) وأثر ذلك على الدور المنوط بهذا الإعلام في خدمة قضايا الثورة ومعاركها وأهدافها وإجراءاتها .

٢- التعرف على درجة الاتساق والاختلاف في تبنى ما يسمى بصحافة الثورة والممثلة في جريدة الجمهورية والصحافة المملوكة لأفراد ممثلة في الأهرام كجريدة يومية وأخبار اليوم كجريدة أسبوعية لمواقف القيادة السياسية والمعارك التي كانت تخوضها داخليا وخارجيا وكيفية معالجتها لتلك الأحداث والمعارك والإجراءات .

٣- التوصل إلى رصد ممارسات ثورة يوليو لفنون وأساليب الدعاية السياسية والإعلام السياسي ومدى تطور الفنون في الصحافة المصرية لمواكبة الأحداث والمعارك والمواقف التي اتخذتها الثورة في المجالات السياسية والإجتماعية والإقتصادية والعسكرية والثقافية الهامة من يوليو ١٩٥٢ حتى ديسمبر ١٩٦٢م.

٤- تحديد إلى أى مدى نجحت فنون وأساليب ومضمون هذا الإعلام السياسي في الصحافة المصرية في بلورة وصقل أدوات وأسلحة كان لها فاعلية كبيرة مكنت الثورة من الانتصار في معاركها وأكسبت الرأى العام المصرى قدرة على المواءمة والتكيف والتجاوب مع فكر الثورة ومنجزاتها .

٥- الكشف عن الدور الذى لعبه هذا الإعلام السياسي وتلك الدعاية السياسية من خلال الصحافة المصرية في تغير بناء المجتمع المصرى.

٦- التعرف على الوظائف السياسية للأعمال الصحفية المنشورة في صحف الدراسة في تفسير الأحداث والمواقف التي اتخذتها الثورة والى أى مدى أسهمت هذه الوظائف في إعادة بناء التنشئة السياسية للمواطن المصرى.

٧- الكشف عن وجود ما يمكن أن يطلق عليه إعلام سياسي مضاد لفكر ومبادئ الثورة وتوجيهاتها السياسية والاجتماعية .

٨- رصد التغير الحادث فى مواقف صحف الدراسة خلال فترة البحث من خلال الأعمال الصحفية المنشورة بها •

٩- التعرف على التغير الحادث فى أساليب ومضمون الأعمال الصحفية المنشورة فى صحف الدراسة •

١٠- الكشف عن الدور الذى مارسته صحف الدراسة فى تأكيد مستويات القيم والمعتقدات وبأى أشكال التحرير الصحفى .

نوع الدراسة :

دراسة وصفية تستهدف إجراء دراسة تحليلية للأعمال الصحيفة المنشورة بصحف الدراسة (الأهرام - أخبار اليوم - الجمهورية) والتى تغطى مختلف أحداث الثورة وتفسيرها وتحليلها تحليلا شاملا بغرض استخلاص نتائج ودلالات تحقق أهداف البحث •

منهج الدراسة :

أ- المنهج التاريخى .

ب- المنهج التحليلى .

ج- المنهج المقارن .

أدوات جمع البيانات :

- مصادر ومراجع تاريخية وصحفية •
- المقابلة البؤرية •
- المقابلات التعمقية •

مجتمع الدراسة :

حصر شامل لجميع الأعداد التى صدرت من :

أ- جريدة الأهرام اليومية الصادره في الفترة من ٢٣ يوليو عام ١٩٥٢ حتى ٣١ ديسمبر ١٩٦٢م

ب- جريدة الجمهورية اليومية الصادرة في الفترة من ٧ ديسمبر عام ١٩٥٢ حتى ٣١ ديسمبر عام ١٩٦٢م.

ج- جريدة أخبار اليوم الأسبوعية الصادرة في الفترة من ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ حتى ٣١ ديسمبر ١٩٦٢م .

نتائج الدراسة :

١- اتضح للباحث أن الثورة قد تخطت فيما طرحته وطبقته في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستقلة في الخمسينات والستينات أقصى ما كانت تطالب به أو تطرحه الجماهير والحركة الوطنية المصرية والعربية معا من مطالب اجتماعية واقتصادية وسياسية قبل قيام الثورة ، وحتىما طرح منها على سبيل الشعارات أو المزايدة السياسية وهو ما نجحت صحف الدراسة في تجسيده بدرجات متفاوتة في الأعمال الصحفية المنشورة فيها خلال المدى الزمني للبحث بمختلف الأشكال والفنون الصحفية ، كما نجحت هذه الصحف في أن تواكب وتعكس الظروف السياسية والعسكرية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمع المصرى وذلك من خلال توظيف الأعمال الصحفية لخدمة القضايا والمعارك التى عكستها هذه الظروف .

٢- اتضح للباحث أن الكتاب والمفكرين والصحفيين الذين شاركوا بكتاباتهم الصحفية في مختلف القضايا والمعارك التى واجهتها ثورة يوليو - خاصة القضايا التى تصدى لرصدها ومسحها وتحليلها اعتمدوا فى كتاباتهم على خلفياتهم الثقافية وبنائهم العلمى والفكرى فى التصدى بالتفسير والشرح والتحليل والتأصيل لمختلف قضايا الثورة ومعاركها.

٣- اتضح للباحث أن الأهمية الكبرى للدور الذى لعبه قائد الثورة جمال عبد الناصر فى مجال الإعلام السياسى للثورة ، إنما يرجع بالإضافة إلى قدراته الشخصية فى

المجال الإعلامي إلى التزامه طوال حياته بمبدأين لم يحد عنهما هما: (الوطنية بمعنى النضال الدؤوب ضد الاستعمار في كل أشكاله وصوره، والانحياز بمعنى الوقوف إلى جانب الجماهير الشعبية في كل منعطف حاسم في حياة الثورة) وهذا يعكس استيعابه لحركة المجتمع وفهمه لتجارب الشعوب ودروس التاريخ ووعيه بمتغيرات العصر وهو وما جعله يربط الفكر بالانجاز . وهذا جمع بين أهم عنصرين في الدعاية السياسية وكسب المصداقية لدعوته .

٤- اتضح للباحث من خلال الرصد والمسح الكامل لكافة الأعمال الصحفية المنشورة بصحف الدراسة خلال فترة البحث وتحليلها أنه رغم عدم وجود أيديولوجية كاملة لثورة يوليو توجه مسارات اجراءاتها ومعاركها ومواقفها تجاه مختلف الموضوعات الداخلية والخارجية إلا أنه كان هناك ما يمكن أن نسميه سياسات توجه الإعلام المصرى عامة والصحافة المصرية خاصة والتى يقصد بها (مجموعة من المبادئ والقواعد والأسس والتوجيهات والشروح والأساليب التى تحكم توجيهات العمل الإعلامي في مختلف المجالات) ، وهى لم تكن مكتوبة أو موثقة في قرارات بل اتضحت من خلال الشروح التى كانت القيادة السياسية تقدمها في مختلف المناسبات .

٥- تبين للباحث من خلال رصد ومسح وتحليل كافة الأعمال الصحفية المنشورة وصحف الدراسة خلال المدى الزمنى للبحث قيام النموذج الاتصالى على التعبئة .

٦- قدمت الأعمال الصحفية المنشورة بصحف الدراسة خلال المدى الزمنى للبحث صورة إجمالية وكلية للإنجازات والمواقف والاجراءات والمعارك التى واجهتها ثورة يوليو ١٩٥٢ سواء على المستوى المحلى أو الإقليمى أو العالمي وذلك بالشرح والتفسير والتحليل .

٧- اتضح للباحث وجود فروق هامه في مضمون الأعمال الصحفية المنشورة بصحف الدراسة خلال المدى الزمنى للبحث من زاوية التوجيهات الفكرية الحاكمة والموجهه لهذه الكتابات فى مرحلتى ما قبل صدور ميثاق العمل الوطنى وما بعدها

حيث اتخذت هذه الكتابات شكل الاجتهادات الشخصية لكاتبها والتى تعتمد على تكوينه العقائدى والسياسى والفكرى فى خدمة مواقف الثورة واجراءاتها ومعاركها وذلك من المرحلة الأولى الممتدة من ٢٣ يوليو ١٩٥٢ وحتى ٢١ مايو سنة ١٩٦٢ وساعد على بروز هذه الفروق التناول الفكرى والنظرى لقضايا الثورة وشرحها فى ضوء الشروح التى كانت تقدمها القيادة السياسية فى مختلف المناسبات .

٨ - اتضح للباحث من رصد وتحليل لقاءات الرئيس جمال عبد الناصر مع القيادات الصحفية المسئولة عن إدارة وتوجيه الصحافة خلال المدى الزمنى للبحث والمناقشات التى أجراها الباحث مع بعض هذه القيادات " محمد حسنين هيكل إحسان عبد القدوس ، مصطفى أمين ، أحمد حمروش ، أحمد ابو الفتح ، مصطفى بهجت بدوى ، لطفى الخولى ، خالد محيى الدين ، أحمد بهاء الدين ، د . محمد عبد القادر حاتم " اتفاق معظمهم على أن ممارسات الصحافة المصرية فى ظل الملكية الخاصة لأصحابها دفعته إلى التفكير فى تنظيم الصحافة بحيث تصبح أداه فعالة من أدوات الإعلام السياسى للثورة لإيمانه بالدور الهام الذى تضطلع به الصحافة فى تشكيل وتوجيه الرأى العام ، كما جعلته بعض هذه الممارسات الخاطئة فى الصحافة المصرية يصدر صحفا ناطقة بلسان الثورة وحشد كبار الصحفيين والمفكرين والكتاب للكتابة بها والتعبير عن فكر الثورة ونسقها القيمى الجديد ، وقد أكدت دراسة الباحث وتحليله للأعمال الصحفية المنشورة فى صحف الدراسة خلال الفترة من ١٩٥٢ وحتى آخر سنة ١٩٦٢ انحراف بعض هذه الممارسات الصحفية وصحة التوجيهات التى دفعت بالرئيس عبد الناصر للأخذ بهذه الاجراءات .

التوصيات :

وفي ضوء نتائج الدراسة ، يمكن الباحث أن يقرر حقيقة هامة هي : أنه كما كان للصحافة المصرية دور رئيسي وهام في التمهيد والتبشير بقيام ثورة يوليو ١٩٥٢ ، كان لها الدور نفسه في دعم مجتمع الثورة ومواكبة مسيرته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وغرس الانتماء والولاء لأهداف ومبادئ وقيم المجتمع الجديد ، فلقد كان موقف صحف الدراسة متسقا في اجماله مع موقف قيادة الثورة خاصة بعد أزمة مارس ١٩٥٤ التي تحققت بعدها سيطرة مجلس قيادة الثورة على مقاليد الأمور في مصر ، أما عن التفاوت في مواقف المواكبة والتأييد لإجراءات ومواقف الثورة ومعاركها في الصحف الثلاث ، فان هذا التفاوت يعود من واقع الأمر الى مدى ايمان الكتاب والمفكرين بتوجهات الثورة أو عدم ايمانهم مع الوضع في الاعتبار التكوين الفكرى والأيديولوجي الخاص بكل منهم .

دور بحوث الإعلام
فى تنمية المجتـــــمع المصرى
دراسة تحليلية ميدانية

اسم الباحثـــة : سحر محمد وهبى عبد الموجود .
الدرجة العلمية : الدكتوراة .
اشـــــراف : أ.د/ عبد الهادى الجوهرى .　　　دكتور/ عبد الوهاب كحيل .
ســـنة المنح : ١٩٩٠ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنحصر المشكلة الرئيسية لهذه الدراسة فى محاولة (تحديد دور بحوث الاعلام فى تنمية المجتمع المصرى) ، وقد تم بلورة هذه المشكلة فى مجموعة من الأهداف أو التساؤلات هى :

أولا : بالنسبة للدراسة التحليلية كما يلى :

١- ما الموضوعات التى اهتمت بها بحوث الإعلام التنموى ؟
٢- ما المناهج الإعلامية المستخدمة والى أى مدى ساعدت هذه المناهج على تحقيق أهداف هذه البحوث ؟
٣- ما المعوقات المنهجية المختلفة التى شابت هذه البحوث وقللت من امكانيات الاستفادة منها ؟

٤- ما النتائج التى توصلت اليها تلك البحوث ؟

ثانيا : بالنسبة للدراسة الميدانية :

١- هل لبحوث الإعلام دور فى التنمية ؟

٢- هل تستفيد المؤسسات الإعلامية من هذا الدور ؟

٣- ما هى العوائق التى تحول دون الاستفادة من هذه البحوث وأى هذه العوائق يعوق أكثر من غيره ؟

نوع الدراسة ومناهجها :

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، واعتمدت فى الشق التحليلى على استخدام منهج المسح التحليلى وذلك لتحليل المعوقات المنهجية لبحوث الإعلام التنموى تحليلا كميا يمكننا من تحديد الإجراءات المنهجية لهذه البحوث ومعوقاتها .

ولمساعدة منهج تحليل المضمون على تحقيق الهدف الأساسى للدراسة فلابد أن تتم اجراءاته فى إطار منهج دراسة الحالة ويقصد به اختيار عدد محدود من المفردات الممثلة ودراستها دراسة شاملة متعمقة بهدف الوصف والفهم الكاملين لكل حالة على حدة ، ولجميع العوامل المتشابكة والقوى الداخلة فى كل منها ، والعلاقات بينها ومدى الترابط بين هذه العوامل ، وكذلك بهدف التعرف على كل الخصائص العامة لجميع الحالات أو المفردات تحت البحث واكتشاف نوع الخصائص المشتركة بين هذه الحالات .

وبالنسبة للدراسة الميدانية فقد اعتمدت على منهج المسح الميدانى ، وهو أحد مناهج الدراسات الوصفية التى تستهدف أساسا تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر ، ويساعد فى هذا البحث فى التعرف على الآراء والأفكار للممارسين الإعلاميين والأكادميين واتجاهاتهم نحو الاستفادة من البحوث الإعلامية فى مجال التنمية

ومشكلاتها وتصوراتهم لمستقبلها وكذلك الآراء والأفكار الخاصة بالأساتذة المشـرفين علـى البحوث الإعلامية والباحثين الإعلاميين نحو نفس هذه المجالات .

أدوات جمع البيانات :

أولا : بالنسبة للدراسة التحليلية :

كانت أداة جمع البيانات هي استمارة تحليل المضمون ، وتم فى إطارها دراسـة المعوقـات المنهجية لنماذج تم اختيارها عشوائيا مـن البحـوث الإعلاميـة التنمويـة التـى أجازتهـا كليـة الإعلام وقسم الصحافة بآداب سوهاج خلال هذه الفترة .

ثانيا : بالنسبة للدراسة الميدانية :

فقد استخدم الاستقصاء كأداة لاستيفاء المعلومات التى تتضمنها استمارة البحث وذلك على مرحلتين :

المرحلة الأولى : وخصصت فيها استمارة للبـاحثين والأسـاتذة المشـرفين علـى البحـوث الإعلامية .

المرحلة الثانية : وخصصت استمارة أخرى للممارسـين الإعلاميـين فـى وسـائل الإعـلام المختلفة .

نتائج الدراسة :

أولا : نتائج العرض التحليلى لعينة بحوث الإعلام التنموى :

١- بلـغ عـدد البحـوث الاعلاميـة التـى أجازتهـا كليـة الإعـلام فـى مرحلتـى الماجسـتير والدكتوراة من ١٩٧٧ حتى ١٩٨٨ (٢٥٥) بحثا وعدد البحوث التى أجازها قسم الصحافة بآداب سوهاج منذ بيدء الدراسة بـه ١٩٧٧ حتـى ١٩٨٨ (٢١ بحثـا) مـا بين درجتى الماجستير والدكتوراه .

وبلغت عدد البحوث الإعلامية الخاصـة بتنميـة المجتمـع المصـرى (٣١) بحثـا وبذلـك تكون نسبة بحوث الإعلام التنموى ١١,٢٥٪ من جملة البحوث الإعلامية .

٢- تأتى التنمية الاجتماعية فى مقدمة اهتمام بحوث الإعلام التنموى فتبلغ نسبتها ٣٥,٤٨٪ من جملة هذه البحوث .

٣- تأتى فى المرتبة الثانية البحوث الإعلامية التى تعالج التنمية بصورة عامة دون التركيز على مجال معين وتبلغ نسبتها ٣٢,٢٥٪ من جملة بحوث الإعلام التنموى .

٤- أهملت البحوث قنوات الاتصال التقليدية مثل الخطبة والندوة وقادة الرأى .

٥- عدم وجود دراسات للوظائف التنموية لوسائل الإعلام وأهدافها .

٦- نقص دراسات تأثير مضمون الوسائل الإعلامية مع الجمهور وكذلك التى تحدد الأسباب المختلفة لقصور التأثير الاعلامى ودراسات رجع الصدى.

٧- إن هناك وسائل إعلامية لم تتعرض لها بحوث الإعلام التنموى رغم أهميتها فى مجال التنمية وهى السينما والفيديو .

٨- تأتى الصحافة فى المرتبة الاولى من حيث اهتمام البحوث الإعلامية التنموية بها وذلك بنسبة ٢,٥٨٪ يليها الإذاعة ثم التلفزيون فالاتصال الشخصى وأخيرا العلاقات العامة والاعلان .

٩- اعتمدت عينة الدراسة على منهج المسح الميدانى والتحليلى دون سائر المناهج الأخرى واكتفت هذه الدراسات بتحديد الأهداف سواء فى شكل تساؤلات أو حل تقريرية. واستغنت عن فرض الفروض .

١٠- يمثل أسلوب العينة وخاصة العينة العشوائية المنتظمة أو الطبقية أكثر الأنواع استخداما فى بحوث الإعلام التنموى ويرجع ذلك لصعوبة إجراء الحصر الشامل.

ثانيا : نتائج الدراسة الميدانية للممارسين الإعلاميين والباحثين الأكادميين :

١- أظهرت الدراسة أن عينة الممارسين الإعلاميين يعتقدون بأهمية التعاون مع الباحثين الأكادميين وذلك فى رأى ٨٨٪ من عينة الممارسين .

أما عن عينة الأكادميين الاعلاميين فقد أثبتت الدراسة أن التعاون ضعيف ويكاد يكون منعدما بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأكاديمية وذلك فى رأى ٥٣٪ من عينة الأكادميين .

٢- أظهرت الدراسة أن هناك أربعة أوجه للتعاون فى مجالات البحوث الإعلامية هى :
أ - تعاون فى مجال تحديد المشكلات البحثية •
ب- تعاون فى مجال توفير تيسيرات لتنفيذ هذه البحوث •
ج- تعاون فى مجال إجراء هذه البحوث والإشراف عليها •
د - تعاون فى مجال تحديد كيفية الاستفادة والتطبيق •

٣- أظهرت الدراسة أنه فى مجال تحديد الإطار العام للسياسة الإعلامية أكد ٥١٪ من جملة عينة الممارسين أن بحوث الإعلام تساعد بشدة فى تطويرها بينما نسبة ١٣٪ منهم ترى أنها تساعد بصورة متوسطة ويؤكد ٣٦٪ منهم أنها لا تساعد على الأطلاق فى تحديد الأطر العامة للسياسة الإعلامية •

٤- أثبتت الدراسة أن قطاع التنمية الاجتماعية من أكثر قطاعات التنمية التى حظيت باهتمام أكبر من قبل الباحثين الإعلاميين والدراسات الإعلامية التنموية وذلك فى رأى كل من الممارسين والباحثين على السواء •

٥- اثبتت الدراسة أن نسبة الاستفادة من البحوث الإعلامية قليلة وتحتاج الى اهتمام ودراسات للكشف عن عوائق الاستفادة ووضع الحلول لها •

٦- هناك فجوة كبيرة بين ما يمكن أن تسهم به البحوث الإعلامية فى تطوير الممارسات الإعلامية وبين ما قامت به فعلا •

التوصيــــات :

١- ضرورة وجود خطة قومية لبحوث الإعلام لتحديد مجالاتها وأنواعها وأولوياتها فى إطار استراتيجية بحثية أو تصور نظرى لبحوث الإعلام •

٢- ضرورة وجود خطة للتعاون فى مجال البحوث بين كليات وأقسام ومراكز الإعلام والصحافة وبين المؤسسات الإعلامية المختلفة على المستوى المحلى والعربى لتحقيق التقارب بينها من خلال المؤتمرات والندوات والاتفاق على الأساسيات والمصطلحات الإعلامية •

٣- انشاء مراكز دراسات خاصة ببحوث الإعلام فى المؤسسات الإعلامية لإجراء البحوث ومتابعة الاستفادة من نتائج البحوث بالمؤسسات الاخرى ، وتوفير الاحصاءات ومصادر المعلومات والاجهزة والمتطلبات الأساسية للبحث الإعلامى .

٤- أن تعكس البحوث مشكلات المؤسسات الإعلامية والاحتياجات الإعلامية والتنموية للمجتمع .

٥- زيادة ادراك ووعى المسئولين بالمؤسسات الإعلامية لأهمية البحوث الإعلامية .

٦- ضرورة التخطيط لإعداد الكوادر البحثية وإعطاء الفرصة للنابغين منهم .

٧- ضرورة تخصيص نسبة ٥٪ من ميزانيات المؤسسات الإعلامية لدعم البحوث الإلامية وتوفير المتطلبات المادية للباحثين .

٨- ضرورة التنوع فى استخدام المناهج العلمية المختلفة والتنسيق بين البحوث التى تهدف تطوير جوانب نظرية والبحوث التى تستهدف معالجة مشكلات تطبيقية ، مع ضرورة الالتزام بالدقة فى مختلف خطوات البحوث الاعلامية .

٩- نشر نتائج البحوث الإعلامية وإحاطة العاملين بالمؤسسات الإعلامية بأهم نتائجها ، وذلك من خلال مجلة علمية دوية ربع سنوية تحت عنوان " الرسائل الاعلامية الجامعية " تقوم بحصر رسائل الماجستير والدكتوراة التى يتم مناقشتها فى كليات وأقسام الإعلام على مستوى الوطن العربى وأهم ما ورد بها من نتائج وتوصيات ، كما تقوم فى نفس الوقت بطرح المشكلات التى تحتاج إلى بحث ودراسة .

الملصقات الإعلانية
وأهميتها فى تنمية الريف المصرى

اســـم الباحث : محمد أحمد اسماعيل ابو فرحة.
الدرجة العلمية : دكتوراة .
الاشـــــراف : أ٠د/ عبد الحميد بهجت فايد .   أ٠د/ احسان سعد الدين عسكر .
د/ عبد الوهاب كحيل .
سنة المـــــنح : ١٩٩٠ .

مشكلة الدراسة :

تحاول هذه الدراسة التصدى لموضوع الملصقات كأحد وسائل الاتصال الجماهيرى الإقناعية، وأهميتها على وجه الخصوص فى التنمية الريفية ، فهذه الدراسة هى إحدى المحاولات العلمية التى تريد أن تسهم فى إلقاء الضوء على أهمية الملصق فى تنمية المجتمع الريفى ، حيث تبين للباحث أن هذا الموضوع لم يحظ باهتمام الباحثين فى ميدان الدراسات الإعلامية والاجتماعية ٠

وبمعنى أكثر تحديدا تكمن مشكلة هذه الدراسة فى التعرف على الأهمية النسبية التى يحتلها الملصق بين وسائل الاتصال الاخرى فى التنمية الريفية على وجه التحديد ، ثم التعرف على دور الأسس الفنية للمصلقات ومكوناتها الأساسية التى تؤثر على كفاءتها الاتصالية والإقناعية، وفى إثارة الوعى بالتنمية ٠

أهداف البحث :

تهدف هذا الدراسة إلى تحقيق هدفين أساسين :

الهدف الأول : هدف تطبيقي ، وهو يتضمن تزويد العاملين فى المجالات الإعلامية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية ، بمعلومات حقيقية عن الوضع الراهن لدور الملصقات وأهميتها كأحد وسائل الاتصال الإقناعية فى إثارة الوعى بالتنمية الريفية ، حيث أن هذه المعلومات تعد ذات قيمة عملية ، قد تؤيد وتدعم ممارسات قائمة ، أو ترشد إلى سبل تغييرها نحو ماينبغى أن يكون .

الهدف الثانى : هدف علمى ، حيث تقدم هذه الدراسة الحقائق والتعميمات بما يضيف إلى رصيدنا من المعارف ، مما يساعد على فهم الظواهر فى المجالات الاجتماعية والإعلامية والاقتصادية والثقافية للتنمية والتنبؤ بحدوثها .

ويمكن بلورة هذه الأهداف فى مجموعة من التساؤلات هى :

- هل للملصقات أهمية فى إثارة الوعى بالتنمية لدى أبناء المجتمع الريفى ؟
- ما مدى هذه الأهمية بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى ؟
- أين موقع الملصقات بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية لأخرى من القرية المصرية ؟.
- هل تستطيع الملصقات أن تساعد وتدعم جهود وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى فى إثارة الوعى بالتنمية الريفية .؟
- هل للأسس الفنية لتصميم الملصقات أهمية فى لإاسهام فى جذب انتباه الأفراد فى الريف إلى التعرف على مكوناتها ، وفهم مضمون الرسالة التى تحملها المصلقات وفهم فكرتها ؟

فروض البحث

١- ليس هناك ارتباط بين المبحوثين المتعلمين وغير المتعلمين فى ترتيبهم للمشكلات التى تعانى منها قرى البحث .

٢- ليس هناك ارتباط بين المبحوثين بالقرى القريبة والمبحوثين بالقرى البعيدة فى ترتيبهم للمشكلات التى تعانى منها قرى البحث .

٣- ليس هناك فروق جوهرية واختلاف فى النسب المتوية بين المبحوثين المتعلمين وغير المتعلمين أو بين المبحوثين بقرى البحث القريبة والمبحوثين بقرى البحث البعيدة عند تحديد أهمية الملصقات فى أثارة الوعى بالتنمية الريفية .

٤- ليس هناك فروق جوهرية بين وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة - الصحف والاذاعة والتلفزيون والملصقات - فى تناولها لبعض المشكلات الريفية .

منهج الدراسة :

تستخدم هذه الداسة المناهج الآتية :

١. منهج المسح الميدانى : جمع البيانات ذات الصفة الوصفية التى تفيد فى تخطيط النشاط الإعلامى عامة ، والتخطيط لكيفية الاستفادة من الملصقات كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرى خاصة فى إثارة الوعى بالتنمية الريفية ، تحليل وتفسير هذه البيانات واستخلاص تبويبها إذ أن مجرد وصف ما هو كائن لايشكل جوهر عملية البحث الوصفى ، والاستنتاجات ذات الدلالة والمغزى بالنسبة للمشكلة المطروحة .

٢. المنهج المقارن ، للمقارنة بين وسائل الاتصال الجماهيرية ، الصحف والاذاعة والتليفزيون والملصقات ، لتحديد الموقع الذى تحتله الملصقات بين وسائل الاتصال الجماهيرية فى تناولها للمشكلات الريفية ، والإسهام فى إثارة الوعى بالتنمية لدى الإفراد فى المجتمع الريفى .

أداة جمع البيانات :

قام الباحث بإعداد قائمة استقصاء والإستعانة بالمقابلة الشخصية باعتبارها أداه لاستيفاء المعلومات التى تتضمنها القائمة ، وذلك لأن هذه الأداة تتيح للباحث الفرصة لمناقشة أفراد عينة البحث وايضاح المقصود من الأسئلة والبيانات الواردة بها ، والتحقق من صحة وصدق البيانات التى أدلى بها المبحوثون .

كما اعتمد الباحث على المقابلات الشخصية لهم فى الحصول على العديد من الآراء حول أهمية استخدام الملصقات فى التنمية الريفية بصفة عام، وفى مجالاتهم بصفة خاصة والمعوقات التى تحول دون الاستفادة من الملصقات بوصفها وسيلة إعلامية اقناعية .

عينة البحث :

تم اختيار عينة البحث الأساسية من ريف محافظة سوهاج بطريقة المعاينة المساحية ، واختيار العينة بهذه الطريقة لايمكن وصفها بأنها عينة عشوائية أو عينة مقيدة ذلك لأن هذه الطريقة تجمع بين الناحيتين فهى مقيدة بأوصاف المجتمع الاصلى ، وعشوائية فى حدود هذه الأوصاف.

وقد تم اختيار أفراد عينة البحث الأساسية الذين بلغ عددهم ٥٠٠ من أرباب الأسر من الذكور ، بالاستعانة بكشوف الحيازه الزراعية بالجمعيات من قرى مجتمع البحث .

نتائج الدراسة :

١- توصل الباحث إلى أن هناك فروقا جوهرية لمشاهدة الملصقات بين المبحوثين المتعلمين وغير المتعلمين بالقرى الواقعة فى إطار البحث عند مستوى معنوية (٠,٥) لصالح فئة المتعلمين وأنه ليس للبعد الجغرافى أثر فى مشاهدة الملصقات بقرى البحث .

٢- أن الوحدة الصحية جاءت فى الترتيب الأول من حيث مشاهدة المبحوثين بقرى البحث للملصقات بها وجاءت الجمعية الزراعية فى الترتيب الثانى .

٣- بالنسبة لأثر البعد الجغرافى لقرى البحث فقد أثبتت النتائج أنه ليس للمستوى التعليمى للبحوثين أو البعد الجغرافى لقرى البحث أثر على قدرة الأماكن التى توجد بها الملصقات لجذب الانتباه إليها .

٤- كشفت نتائج دراسة اتجاه المفحوصين المتعلمين وغير المتعلمين نحو أثر المكونات الفنية للملصقات على لفت النظر إليها ، عن اتفاق المفحوصين المتعلمين وغير المتعلمين فى ترتيب المكونات الفنية من حيث قدرتها على لفت النظر إليها .

٥- أكدت نتائج الدراسة على وجود اتفاق بين المفحوصين على أن الملصقات مفيدة فى التعريف بالمشكلات الريفية ، بدرجات مختلفة ، وكشفت الدراسة عن وجود اختلاف

معنوى فى التوزيع النسبى لمدى فائدة الملصقات فى التعريف بالمشكلات الريفية لدى المبحوثين المتعلمين وغير المتعلمين عند مستوى معنوية (٠,١) •

٦- أوضحت النتائج إلى وجود ارتباط قوى ايجابى بين رتب التعريف على مضمون الملصقات التى عرضت على المبحوثين المتعلمين وغير المتعلمين بمعامل ارتباط (٠,٨٢) بدلالة جوهرية عند مستوى معنوية (٠,٠١) •

٧- أسفرت النتائج التى كشفت عنها الدراسة عند المقارنة بين تعرض المبحوثين لوسائل الاتصال الجماهيرية فى تناولها للمشكلات الريفية على أن التليفزيون احتل الترتيب الأول، وجاءت الملصقات فى الترتيب الثانى ، ثم الراديو وأخيرا الصحف بنسبة قدرها (٨٢٪ ، ٦٢٪ ، ٥٧٪ ، ٥٤٪) على التوالى •

٨- جاء ترتيب الوسائل ونسبها المئوية لدى المبحوثين المتعلمين (٨٤٪) للتليفزيون ، (٧٩٪) للصحف ، (٦٧٪) للراديو ، (٦٦٪) للملصقات ، بينما جاء الترتيب والنسب المئوية لدى غير المتعلمين(٨٠٪) للتلفزيون (٥٩٪) للملصقات ، (٤٩٪) للراديو ، (٣٦٪) للصحف •

التوصيـــات :

١- يجب أن يخضع الإعلام المصرى بكافة أجهزته ومؤسساته العاملة لخطة شاملة تضع الإطار العام والمبادئ الرئيسية والأهداف التنموية فى المقام الأول •

٢- ضرورة وضع فلسفة إعلامية تحدد أهداف العملية التنموية فى مصر – تقوم أجهزة الاتصال المختلفة بالاهتداء بها – عند التخطيط الإعلامى وفى التوجيه والمتابعة .

٣- استغلال طاقات الشباب المعطلة بتنظيم نوادى الاستماع والمشاهدة والمطالعة الجماعية – وتجميع الشباب حول بعض البرامج التنموية والتعليمية تحت اشراف رائد يستطيع أن يوجه بالتعليق على مضمون تلك البرامج ويقود الحوار بين الجماعة مع ارسال نتائج ذلك الى الأجهزة المعنية للاستفادة منها فى التطوير •

٤- تدعيم البحوث الاعلامية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية فى مجال التنمية لتحديد نوعية القطاعات المستهدفة للوسائل الاتصالية المختلفة للوقوف على طبيعة المشكلات التى تعانيها هذه القطاعات وظروفها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية حتى يمكن لكل وسيلة أن تحدد الموضوعات التىتتناولها وطريقة معالجتها ، فضلا عن ذلك فإن هذه البحوث تفيد فى قياس ردود الفعل من جماهير هذه الوسائل .

٥ - الاستفادة من الدراسات الميدانية والاستطلاعية لدراسة أثر الرسالة الإعلامية التنموية التى تحملها وسائل الاتصال قبل نشرها وتعميمها .

٦- زيادة الاهتمام بالقطاع الريفى بامداده بالملصقات التى تتناول أبعاد التنمية المختلفة.

٧- التخطيط المتكامل فى استخدام الملصقات التنموية من أجل تكامل الاهداف الاتصالية للوسائل الاخرى فى زيادة الوعى بالتنمية .

٨- العناية بالجوانب الفنية التصميمية واختيار النصوص التحريرية المبسطة والمختصرة السهلة فى لغتها حتى تتمشى مع لغة الجمهور المستهدف . مع مراعاة الفروق الثقافية والتعليمية للجمهور والثقافات الفرعية لقطاعات المجتمع - ريف حضر - بدو - قبلى وبحرى .

٩- يجب عند تصميم الملصقات مراعاة الإطار الدلالى للرموز والصور والكلمات والألوان لدى الجمهور المستهدف .

١٠- التنويع فى أشكال الملصقات التى تعالج الفكرة الواحدة أو التى تتناول الموضوع الواحد تجنبا للملل لدى المشاهدين وحتى تتمشى مع الفروق الثقافية والتعليمية لهم .

١١- العناية باختيار مواقع الملصقات فى القرى والأماكن العامة التى يتردد عليها عدد كبير من الجمهور .

دور الصحافة المصرية
فى تنمية المجتمـــع المحلـــى
دراسة تحليلية للصحف اليومية المصرية
فى الفترة من ١٩٨٢/١/١ حتى ١٩٨٦/١٢/٣١
مع دراسة ميدانية على عينة من شباب محافظة سوهاج

اســـم الباحث : محمود أحمد عبد الغنى .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

الاشـــــراف : أ ٠ د / منير حجاب .   أ ٠ د/ محمد سيد محمد .

سنةالمنـــح : ١٩٩٠ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنبع أهمية هذه الدراسة فى محاولة لتحديد الدور الحقيقى الذى تقـوم بـه الصحافة المصريـة فى تنمية المجتمع المحلى٠

ويقوم هذا البحث فى جوهره على أساسين ٠ هما :

أولا : دراسـة تحليليـة لعينـة مـن صحـف الأهـرام والأخبـار والجمهوريـة فـى الفـــترة مـن ١٩٨٢/١/١ حتى ١٩٨٦/١٢/٣١ ، وقد سعت هذه الدراسة الى الاجابـة علـى التسـاؤلات الاتية :

١- ما هى نسبة المساحة التى خصصتها الصحف الثلاث للموضوعات المتعلقة بتنمية المجتمع المحلى خلال فترة اللدراسة ؟

٢ - الى أى مدى استخدمت الصحف الاشكال التحريرية المختلفة لتغطية موضوعات تنمية المجتمع المحلى؟

٣ - ما هى موضوعات وقضايا تنمية المجتمع المحلى التى اهتمت بها الصحف خلال فترة الدراسة وما هى التغيرات التى طرأت على درجات هذا الاهتمام ؟

٤ - هل حاولت أن تقدم حلولا لبعض المشكلات التى تواجه تنمية المجتمع المحلى؟

ثانيا : دراسة ميدانية على شكل استبيان قام به الباحث ، بهدف الاجابة عن التساؤلات الاتية :

١ - ما أهم الاسباب التى تدفع الشباب الى قراءة الصحف القومية أو عدم قراءتها؟

٢- ما الصحيفة القومية اليومية المفضلة لدى جمهور الشباب .

٣- هل اهتمت الصحف القومية بالموضوعات والقضايا التى تساعد على احداث التنمية فى المجتمع المحلى وأدى هذه الصحف أكثر اهتماما بها .

٤- ما أهم الاشكال التحريرية التى استخدمتها الصحف من وجهة نظر عينة الدراسة؟

٥- هل اكتفت الصحف باثارة وجهات النظر حول قضايا التنمية أم حثت على المشاركة فيها وقدمت حلولا لمعالجتها .

٦- هل متابعة القضايا التنموية فى الصحف القومية ساعد على الاسهام فى المشروعات المقامة بالجهود الذاتية .

٧- ما مدى اهتمام الصحف بقضايا محافظة سوهاج فى رأى العينة .

نوع الدراسة ومناهجها :

دراسة وصفية ، استخدم الباحث منهج المسح الميدانى ومنهج المسح التحليلى .

عينة الدراسة :

عينة عشوائية بالنسبة للدراسة الميدانية .

وعينة عشوائية منتظمة من صحف الأهرام والأخبار والجمهورية .

نتائج الدراسة :

أولا : نتائج الدراسة التحليلية :

١- جاءت صحيفة الأهرام في مقدمة الصحف القومية من حيث المساحة التى تم تخصيصها للموضوعات والقضايا التنموية من اجمالى المساحة التحريرية وان كانت نسبة المساحة التى خصصتها الصحف الثلاثة للموضوعات والقضايا التنموية لاتتناسب مع أهمية التنمية بالنسبة للمجتمع .

٢- يعتبر المقال من أهم أشكال التحرير الصحفى التى استخدمت فى تناول موضوعات التنمية فى الصحف الثلاثه .

ويرجع ذلك الى اهتمام كتاب المقالات فى الصحف القومية الثلاثة بموضوعات التنمية .

٣- لم تهتم الصحف بابراز اخبار التنمية فى صفحاتها الاولى .

٤- لم تهتم وكالات الانباء بتزويد الصحف بالاخبار التنموية ، كما أن هناك اهمالا من الصحف فى نسبة اخبار التنمية الى مصادرها .

٥- جاءت الموضوعات الاقتصادية فى المرتبة الاولى من بين الموضوعات التنموية فى الصحف الثلاث يليها الموضوعات الاجتماعية ثم السياسية .

ثانيا : أهم نتائج الدراسة الميدانية :

١- ان صحيفة الأخبار جاءت فى مقدمة الصحف القومية التى يفضلها أفراد العينة يليها الأهرام ثم الجمهورية .

٢- ان اهتمام الصحف القومية الثلاث باخبار محافظة سوهاج ضئيل .

٣- يعتبر موضوعات المشكلة السكانية - الهجرة من الريف للمدينة من أهم موضوعات التنمية التى تهتم بها الصحف من وجهة نظر أفراد العينة .

٤- ان متابعة القضايا التنموية فى الصحف القومية تساعد على زيادة درجة المساهمة فى المشروعات المقامة بالجهود الذاتية .

اهم التوصيات :

١- يوصى الباحث بزيادة المساحة المخصصة لموضوعات وقضايا التنمية فى الصحف القومية اليومية (الأهرام -الأخبار - الجمهورية).

٢- ان يكون هناك تخطيط بين الصحف القومية اليومية (الأهرام - الأخبار - الجمهورية) عند تناولها للموضوعات والقضايا التنموية .

٣- زيادة اهتمام الصحف القومية اليومية بالأخبار المتعلقة بتنمية المجتمع .

٤- ان تهتم وكالات الأنباء المحلية والعالمية بتزويد الصحف القومية اليومية بالأخبار المتعلقة بالتنمية .

٥- التركيز على صحيفة الأخبار عند الرغبة فى توجيه الشباب نحو برامج التنمية المحلية باعتبارها اكثر الصحف القومية اليومية التى يفضل قراءتها جمهور الشباب .

٦- ان توجه الصحف القومية اليومية العناية والاهتمام الى قضايا المجتمعات المحلية .

٧- ان تهتم الصحف القومية بموضوع التأمين باعتباره أحد الموضوعات الاقتصادية الهامة التى يمكن أن يكون لها تأثير فعال على الاقتصاد المصرى ، وعلى خطط وبرامج التنمية فى المجتمعات المحلية .

٨- ان يكون هناك استمرارية من جانب الصحف القومية اليومية فى تناولها للموضوعات والقضايا التنموية حتى يتمكن الجمهور فى المجتمعات المحلية من أن يتعرف عليها وحتى يساعد ذلك على تنفيذ خطط وبرامج التنمية الموضوعة .

٩- ضرورة أن تقوم الصحف القومية بدور أكثر فاعلية فى الحث على المشاركة فى المشروعات التنموية .

١٠- ضرورة انشاء مركز علمى لمعرفة الايقاع الذى تقوم به الصحف القومية اليومية المصرية فى تنمية المجتمعات المحلية .

العوامل البيئية
المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية
دراسة تطبيقية على صحف الوفد والشعب
والأحرار والأهالى والأمة
فى الفترة من ١٩٨٠ الى ١٩٨٧م

اسم الباحث : أحمد حسين محمدين حسان .

الدرجة العلمية : دكتوراة .

اشراف : أ.د/ محمد منير حجاب   د / سهام عبد الرازق عشرى

سنة المنح : ١٩٩٢م .

مشكلة الدراسة :

بالرغم من الدور الكبير الذى يمكن أن تضطلع به المؤسسات الصحفية الحزبية ، سواء على المستوى السياسى أو على المستوى الصحفى ، وبالرغم من أن النظام السياسى الحالى القائم على الديمقراطية وتعدد الأحزاب وما يكفله القانون من حرية

للصحافة الحزبية وتدعيم الحكومات لها ، إلا أن هناك ظواهر تنجم عن انخفاض كفاءة وفعالية المؤسسات الصحفية الحزبية فى مصر وعدم قدرتها على تحقيق أهدافها المرجوة .

أهداف الدراسة

١. التعرف على أهم الأساليب والنظم الإدارية المتبعة فى إدارة الصحف الحزبية – محل الدراسة – وذلك لتحديد أهم أوجه القوة ومواطن الضعف بها .

٢. الوقوف على أهم الخصائص المميزة للبيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية ، وتحديد أهم ايجابياتها وسلبياتها .

٣. التعرف على مدى ادراك المديرين القائمين بإدارة الصحف الحزبية – محل الدراسة للخصائص المميزة للبيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية .

٤. دراسة أثر الخصائص المميزة للبيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية على الأساليب والنظم الادارية المتبعة فى إدارة هذه المؤسسات .

نوع الدراسة ومناهجها :

تعتبر هذه االدراسة من الدراسات الوصفية التى تستهدف تصوير وتقويم وتحليل خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد

وتستخدم هذه الدراسة مجموعة مناهج لتحقيق أهدافها هى :

- منهج مسح أساليب الممارسة للتعرف على الجوانب الادارية والتنظيمية لارتباطها بنجاح الجهود الإعلامية .
- منهج دراسة العلاقات المتبادلة : للتعرف على حدود وأسباب وجوانب الاتفاق والاختلاف المتعلقة بظواهر الدراسة .
- المنهج التاريخى : لتتبع نشأة الصحف الحزبية موضع الدراسة وأسباب صدورها والتطورات التى مرت بها .

مصادر الدراسة ومجتمع البحث :

اعتمدت هذه الدراسة فى الحصول على البيانات اللازمة على أسلوب الدراسة المكتبية ، والدراسة الميدانية على النحو التالى :

١- الدراسة المكتبية :

وقد تم الاعتماد على الدراسة المكتبية فى الحصول على البيانات الثانوية اللازمة لصياغة الخلفية النظرية لموضوع الدراسة والمتمثلة فى :

- تحديد مفهوم الصحافة الحزبية وأهميتها ووظائفها وتطورها .
- تحديد مفهوم الإدارة الصحفية وأهميتها ووظائفها .
- تحديد مفهوم البيئة المحيطة ومكوناتها وعناصرها والسمات التى تتميز بها

وقد تم الحصول على تلك البيانات من المصادر التالية :

- الدراسات العلمية المنشورة وغير المنشورة .
- الكتب والمراجع العلمية العربية والأجنبية .
- المؤتمرات والدوريات .
- السجلات والتقارير والاحصائيات المنشورة .

٢- الدراسة الميدانية :

وقد تم الاعتماد على الدراسة الميدانية فى الحصول على البيانات الأولية اللازمة لتحديد أهم الاساليب الادارية فى الصحف الحزبية – محل الدراسة – واهم المشكلات التى تتعرض لها ، وكذلك دور العوامل والمتغيرات البيئية المحيطة فى وجود مثل هذه المشكلات ، وقد استخدم الباحث فى جمع البيانات الأولية اللازمة أسلوب الاستقصاء بالمقابلة . حيث قام الباحث بمقابلات شخصية مع مفردات

العينة استخدم خلالها قائمة استقصاء أعدت خصيصا لجمع البيانات ومقابلات غير مقننة حيث قام الباحث بإجراء بعض المقابلات مع بعض المسئولين في الصحف الحزبية والكتاب والصحفيين الذين لهم صلة بهذه الصحف ، وكذا الكتاب والصحفيين في المؤسسات الإعلامية ، وأساتذة الجامعات والباحثين .. وما شابه ذلك ، وقد استهدف استكمال جمع البيانات التى لم تتضمنها قائمة الاستقصاء.

خطة البحث :

وقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة أبواب ، اشتمل الباب الأول على أربعة تناول الأول منها عرضا لمفهوم الصحافة الحزبية وأهميتها ووظائفها . وتناول الثانى نشأة الصحافة الحزبية فى الفترة من ١٩٠٧ - ١٩٧٥م . أما الثالث فموضوعه الاحزاب السياسية المعاصرة وصحافتها . وتتضمن الرابع عرضا لعملية إدارة المؤسسات الصحفية الحزبية من حيب مفهومها وأهميتها ووظائفها والمداخل الرئيسية لدراستها .

واشتمل الباب الثانى على ثلاثة فصول ، تناول الأول أهم الملامح المميزة للنظم والأساليب الإدارية السائدة فى إدارة الموارد البشرية فى الصحف الحزبية ، وتناول الفصل الثانى عرضا لأهم الملامح المميزة للنظم والأساليب الإدارية المتبعة فى إدارة الموارد المالية فى الصحف الحزبية ، أما الفصل الثالث فقد خصص لدراسة أهم الملامح المميزة للنظم والأساليب الإدارية المتبعة فى إدارة النواحى الفنية فى الصحف الحزبية .

وبالنسبة للباب الثالث وموضوعه : بيئة المؤسسات الصحفية الحزبية فى مصر فقد تم تقسيمه إلى ثلاثة فصول ، تناول الأول دراسة لخصائص البيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية ، ثم تحليلا للعوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية ، وتحديد اتجاهات تأثيرها على الإدارة فى الصحف الحزبية وتناول الثانى دراسة لمدى فهم وادراك مديرى الصحف الحزبية لخصائص البيئة المحيطة ، أما الفصل الثالث فإنه يتضمن دراسة لأثر الخصائص البيئية على النظم والأساليب الإدارية فى الصحف الحزبية ، وعلاقة هذه الخصائص بالقصور الذى تواجهه والأساليب الإدارية المتبعة فى هذه الصحف .

نتائج الدراسة :

وقد أسفرت هذه الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها :

١-أن البيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية تتسم بمجموعة من الخصائص المعوقة تتمثل فى :

أ - وجود بعض المشاكل والمعوقات السياسية والقانونية ، وتشمل :

- عدم ملائمة النظام السائد للعمل الصحفى الحزبى •
- عدم استقرار الاوضاع أو الاحوال السياسية فى المجتمع •
- جمود التشريعات والسياسات المنظمة للعمل الصحفى •
- تعمد الجهات الرسمية حجب المعلومات عن الصحف الحزبية •
- سيطرة الحكومة على بعض العوامل المادية والمالية الخاصة بالصحف •

ب- وجود بعض المشاكل والمعوقات الاقتصادية ، وتشمل :

- سوء الأحوال الاقتصادية فى المجتمع •
- الندرة النسبية فى عوامل الانتاج المادية والبشرية •
- عدم استقرار النظام الاقتصادى فى المجتمع •

ج- وجود بعض المشاكل والمعوقات الاجتماعية والثقافية ، وتشمل :

- التمسك الشديد بالقيم الدينية والعادات الاجتماعية •
- ارتفاع نسبة الأمية فى المجتمع •
- ارتفاع حدة المنافسة بين المؤسسات الإعلامية •

٢- أن النظم والأساليب الإدارية السائدة فى الصحف الحزبية تواجه العديد من المشكلات ، تمثلت فى :

أ - وجود بعض المشكلات التى تواجه إدارة الموارد البشرية وتشمل :

- نقص عدد العاملين اللازمين لإنجاز المهام المطلوبة .
- عدم استقرار العاملين فى العمل داخل الصحف الحزبية .
- نقص المهارات فى قوة العمل .
- عدم وجود التدريب .
- ضعف الأجور والحوافز التى يحصل عليها العاملون .

ب- وجود بعض المشكلات التى تواجه ادارة الموارد المالية ، وتشمل

- عدم كفاية الموارد المالية المتاحة فى تغطية أوجه الانفاق اللازمة
- ارتفاع تكلفة الطباعة .
- اختلال العائد عن مصادر التمويل .
- عدم توافر رؤوس الأموال لدى المالك .

ج- وجود مشكلات تواجه ادارة النواحى الفنية ، وتشمل :

- صعوبة الحصول على المعلومات .
- عدم وجود مطابع .
- عدم وجود إدارة وأجهزة توزيع .

٣- اثبتت الدراسة أن هناك قصورا فى ادراك مديرى الصحف الحزبية لبعض خصائص البيئة المحيطة .

٤- اثبتت الدرسة أن معظم المشكلات أو المتغيرات البيئية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية – محل الدراسة – تؤثر سلبيا على أداء الإدارة لمهامها ووظائفها فى هذه المؤسسات .

٥- اثبتت الدراسة أن العوامل البيئة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية فى وجود القصور فى النظم والأساليب الإدارية – البشرية والمالية والفنية – فى المؤسسات الصحفية الحزبية .تؤثر على فاعلية الأداء بالصحف الحزبية.

أهم التوصيات :

١- ضرورة اعادة النظر فى الهيكل الادارى والتنظيمى للمؤسسات الصحفية ، حتى يمكن رفع كفاءة الجهاز الادارى فى هذه المؤسسات ، وتدعيما لذلك ، يوصى الباحث بالاستفادة بنظام العضو المنتدب المتخصص ماليا واداريا ، والذى كان سائدا فى الفترات السابقة ، أو الاستعانة بخبراء الادارة والاساتذة فى هذا المجال.

٢- اعادة النظر فى ادارة المؤسسات الصحفية الحزبية وأدائها وفقا للمبادئ التالية:

* الفصل بين ملكية الحزب للصحيفة وادارتها .
* تدعيم فكرة الادارة الديمقراطية أو الادارة بالمشاركة وفى هذا الاطار توضع الصيغة الملائمة لمشاركة المحررين والاداريين فى اتخاذ بعض القرارات الهامة والمصيرية فى تلك المؤسسات.
* تشكيل مجلس ادارة بالانتخاب ، ومجلس تحرير له صلاحيات وقدرة على اتخاذ القرارات.

٣- أن تسعى الادارة على ايجاد كوادر متخصصة ولديها انتماء للمؤسسة الصحفية التى تعمل فيها .

٤- تنظيم دورات تدريبية لقوة العمل الحالية بالصحيفة ، حتى يكتسبوا المهارات التى تمكنهم من أداء مهامهم المطلوبة ، ويعوضوا النقص فى العمالة وعدم استقرارها.

٥- ان يتحمل المجلس الأعلى للصحافة كل العلاوات التى تقررها الدولة للعاملين بالصحف الحزبية لسد العجز فى موارد تلك الصحف .

٦- أن يتولى المجلس الأعلى للصحافة وضع نظام عادل لتوزيع اعلانات الحكومة والقطاع العام على الصحف القومية والحزبية ، وعدم استخدام هذه الاعلانات لتطويع الصحف الحزبية .

٧- أن يقوم المجلس الأعلى للصحافة بوضع نظام عادل لتوزيع الدعم الحكومى على الصحف القومية والحزبية ، وعدم استغلاله أيضا فى تطويع الصحف الحزبية .

٨- السماح للصحف الحزبية باستيراد مستلزمات انتاج الصحف ، وتخفيض الرسوم الجمركية عليها ودعمها بالورق .

٩- أن تهتم الصحف القومية والحزبية على السواء بتوعية الجماهير .

١٠- ضمان حق صحف الاحزاب وصحفيها فى الحصول على المعلومات والمساواه بينهم ، وبين العاملين فى الصحف القومية .

١١- أن تتعاون الصحف الحزبية - المعارضة - مع بعضها البعض من أجل اقامة دار للطبع والنشر والتوزيع ، تتولى طبع وتوزيع الصحف الناطقة بلسانهم ، وفى نفس الوقت يتم الاستفادة منها فى الطباعة والتوزيع للغير .

١٢- إعادة النظر فى كل نصوص قانون العقوبات ، لاسيما الخاصة بجرائم النشر ، وتعديل نص مادة عقوبة نشر الاخبار الكاذبة بحيث يقع على من يكذب خبرا منشورا فى صحيفة عبء اثبات عدم صحة الخبر .

١٣- اطلاق حرية اصدار الصحف للاشخاص الاعتبارية العامة والخاصة والاشخاص الطبيعيين المصريين ، الغاء كل القوانين الواردة فى القوانين المختلفة خاصة تلك الواردة فى القانون ١٤٨ لسنة ١٩٨٠م .

١٤- ضمان الحق القانونى والسياسى ، لكل القوى السياسية والاجتماعية التى تقبل الشرعية ، وتعمل فى ظلها لاصدار صحفها والتعبير الحر عن رأيها ، تعميقا للديمقراطية السليمة .. والغاء كل القيود المفروضة على حقها فى اصدار

صحفها ونشراتها اتساقا مع الدستور المصرى ، ومع حقوق الانسان وثورة الديمقراطية •

المقال التحليلى

دراسة تطبيقية على صحيفتى الأهرام والوفد

من ١٩٨٨/١/١ الى ١٩٩٠/١٢/٣١

اســـم الباحث : عماد الدين عثمان ابو زيد .

الدرجة العلمية : دكتوراة .

الاشـــــراف : أ٠د/ محمد منير حجاب   د٠/ محمد عمر العطار

ســـنة المنح : ١٩٩٢م .

مشكلة الدراسة :

تتبلور مشكلة هذه الدراسة فى هدف رئيسى هو " تحديد حجم الخدمة الإعلامية التى تقدمها كل من الأهرام والوفد من خلال المقال التحليلى " ٠

وقد تم بلورة هذا الهدف فى مجموعة تساؤلات تستهدف الدراسة الإجابة عليها وهى :

١– ما درجة الاهتمام التىتوليها كل من صحيفتى الأهرام و الوفد للمقال التحليلى؟

٢–ما الأسس الفنية للمقال التحليلى بصفة عامة ، وفى صحيفتى الاهرام والوفد بصفة خاصة ؟

٣–ما السمات المميزة لكتاب المقال التحليلى فى صحيفتىالدراسة ؟

٤–ما العوامل التى تؤدى إلى زيادة فاعلية المقال التحليلى؟

٥–ما الموضوعات التى تلقى اهتمام المقال التحليلى فى صحيفتى الدراسة ؟

نوع الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد .. وتعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها ، وتصل عن طريق ذلك إلى اصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها .

المنهج المستخدم :

١- المنهج التاريخي : وذلك لصلاحيته لرصد نشأة المقال التحليلي وتطوره ولمتابعة المفاهيم المتعددة للمقال التحليلي وارتباط ذلك باختلاف الظروف التاريخية من ناحية وباختلاف الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي من ناحية ثانية .

٢- منهج تحليل المضمون : وهذا المنهج يمكننا من وضع خطة منظمة لدراسة المقال التحليلي تبدأ بمجموعة من التساؤلات واختيار عينة من صحفتي الدراسة وتصنيفهما وتحليلهما كميا وكيفيا - الأمر الذي يتيح إجراء المقارنة بين أسلوب ومعالجات المقال التحليلي لأهم القضايا المثارة في لصحيفتين.

٣- المنهج المقارن : ويستخدم هذا المنهج للمقارنة بين فن المقال التحليلي في صحيفتي الأهرام والوفد ، وكذلك أساليب الممارسة والخصائص المميزة لكتاب المقال التحليلي في الصحيفتين .

مجتمع وأداة الدراسة :

حدد الباحث مجتمع دراسته التطبيقية والمقارنة على صحيفتي الأهرام والوفد. واستخدم لجمع مادته الأدوات الآتية :

١- استمارة تحليل المضمون .

٢- المقابلات العلمية مع بعض كتاب المقال التحليلي في الصحف المصرية ، وبعض كتاب المقال الصحفي بوجه عام .

أهم نتائج الدراسة :

أولا : فيما يتعلق بالخصائص العامة للمقال الصحفي:

(١) بالنسبة للمساحة :

أ- جاءت صحيفة الأهرام في الترتيب الاول من حيث عدد المقالات التحليلة المنشورة خلال فترة الدراسة (١٥٦) مقالا تحليليا ، وفي الترتيب الثاني صحيفة الوفد (١٣٣) مقالا تحليليا .

ب- بلغ المتوسط اليومي لنشر المقال التحليلي في الاهرام (١,٤٤) مقال تقريبا ، يليها بعد ذلك الوفد (١,٢٣) مقال تقريبا .

ج- بلغ متوسط مساحة المقال التحليلي الواحد في صحيفة الأهرام ٧٩٥سم٢ يليها بعد ذلك مساحة المقال التحليلي في صحيفة الوفد ٥١٩,٧ سم٢

د- بالنسبة لمساحة المقال التحليلي إلى المساحة التحريرية بلغت في الأهرام ٥,٦٪ أما في الوفد فبلغت ٣,٣٪ من إجمالي المساحة التحريرية فيهما .

٢- فيما يتعلق بترتيب أنواع المقال التحريري في صحيفتي الدراسة :

أ - جاء ترتيب أنواع المقال التحليلي في صحيفة الأهرام كالتالي :

في الترتيب الأول المقال التحليلي السياسي - في الترتيب الثاني المقال التحليلي الاقتصادي - في الترتيب الثالث المقال التحليلي الاجتماعي - في الترتيب الرابعع المقال التحليلي الديني - في الترتيب الخامس المقال التحليلي الثقافي - في الترتيب السادس المقال التحليلي العسكري - في الترتيب السابع المقال التحليلي الرياضي .

ب- جاء ترتيب أنواع المقال التحليلي في صحيفة الوفد كالآتي :

في الترتيب الأول المقال التحليلى السياسى – فى الترتيب الثانى المقال التحليلى الاقتصادى – فى الترتيب الثالث المقال التحليلى الدينى – فى الترتيب الرابع المقال التحليلى الاجتماعى – فى الترتيب الخامس المقال التحليلى العسكرى – فى الترتيب السادس المقال التحليلى الثقافى – فى الترتيب السابع المقال التحليلى الرياضى.

ثانيا : الأسلوب البنائى لعرض المقال التحليلى فى صحيفتى الأهرام والوفد:

(ا) الأسلوب البنائى لعرض مقدمة المقال التحليلى :

١- الأسلوب البنائى لعرض مقدمة المقال التحليلى فى الأهرام :

جاء فى الترتيب الأول طرح قضية من القضايا التى ترتبط بالرأى العام بنسبة ٧٧٪ وفى الترتيب الثانى جاء إبراز حدث هام من الأحداث بنسبة ٥١٪ وفى الترتيب الثالث والأخير جاء تقديم اقتراح جديد يهم القراء بنسبة ٨٪.

٢- الأسلوب البنائى لعرض مقدمة المقال التحليلى فى الوفد:

جاء فى الترتيب الأول طرح قضية من القضايا التى ترتبط بالرأى العام بنسبة ٧٦٪ وفى الترتيب الثانى إبراز حدث هام بنسبة ٣٩٪ وفى الترتيب الثالث تقديم اقتراح جديد يهم القراء بنسبة ١٢٪.

(ب) الأسلوب البنائى لعرض جسم المقال التحليلى :

١- الأسلوب البنائى لعرض جسم المقال التحليلى فى صحيفة الأهرام :

جاء أسلوب تقديم المعلومات الخلفية للموضوع فى الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪- وفى الترتيب الثانى جاء أسلوب كشف أبعاد الموضوع ودلالاته بنسبة ٨٩,٧٪ ، يلى ذلك تقديم الأدلة والبراهين والشواهد بنسبة ٦٦,٧٪ وفى الترتيب الأخير جاء تقديم البيانات والإحصائيات بنسبة ١٥,٤٪.

٢- الأسلوب البنائى لعرض جسم المقال التحليلى فى صحيفة الوفد :

جاء أسلوب تقديم المعلومات الخلفية للموضوع بنسبة ١٠٠٪ يلى ذلك كشف أبعاد الموضوع ودلالاته بنسبة ٩٧٪ يلى ذلك تقديم أدلة وبراهين وشواهد بنسبة ٤٨٪ يلى ذلك فى الترتيب الأخير تقديم البيانات والإحصائيات بنسبة ١٨,٢٪.

(ج) الاسلوب البنائى لعرض خاتمة المقال التحليلى:

١- فى الأهرام :

جاءت خلاصة وجهة نظر الكاتب فى الموضوع فى الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪، وفى الترتيب الثانى جاءت استثارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالموضوع بنسبة ٢٨٪ ، بينما لم يستخدم أسلوب فتح الحوار بين الكاتب والقراء وغيره من الكتاب .

٢- فى الوفد :

جاءت خلاصة وجهة نظر الكاتب فى الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪ يلى ذلك فى الترتيب الثانى استثارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالموضوع بنسبة ١٤٪ يلى ذلك فى الترتيب الأخير فتح حوار بين الكاتب والقراء وغيره من الكتاب بنسبة ٣٪.

ثالثا : فيما يتعلق بالهدف من نشر المقال التحليلى فى الأهرام والوفد :

(١) فى صحيفة الأهرام :

شملت أهداف نشر المقال التحليلى فى الأهرام أربعة أهداف جاءت على الترتيب الآتى : الترتيب الأول التعليق على الأحداث الجارية بنسبة ٧٢٪ ، وبعد ذلك فى الترتيب الثانى بنسب متساوية كل من الإعلام ٢٣٪ ، وعرض موقف واتجاه معين ٢٣٪ ، أيضا وفى الترتيب الرابع والأخير جاء هدف الشرح والتفسير بنسبة ١٨٪.

(٢) فى صحيفة الوفد :

شملت أهداف نشر المقال التحليلى فى صحيفة الوفد ، أيضا عرض موقف أو اتجاه معين بنسبة ٧٩٪ ، وفى الترتيب الثانى التعليق على الأحداث الجارية بنسبة ٦١٪ وفى الترتيب الثالث الشرح والتفسير بنسبة ١٢٪ وفى الترتيب الرابع الإعلام بنسبة ٩٪.

رابعا : أسلوب عرض المقال التحليلى فى صحيفتى الأهرام والوفد :

(١) فى صحيفة الأهرام :

اقتصرأسلوب العرض المستخدم فى الأهرام على أسلوبين هما الأسلوب المنطقى بنسبة ٨٧٪ وبعد ذلك الأسلوب الذى يمزج بين المنطق والعاطفة بنسبة ١٣٪.

(٢) فى صحيفة الوفد :

اقتصر الأسلوب المستخدم أيضا علىأسلوبين ، الأسلوب المنطقى فى الترتيب الأول بنسبة ٧٠٪ ثم بعد ذلك الأسلوب الذى يمزج بين المنطق والعاطفة فى الترتيب الثانى بنسبة ٣٠٪.

خامسا : ارتباط المقال التحليلى بالأحداث والقضايا :

(١) فى صحيفة الأهرام :

جاء ارتباط المقال التحليلى فى الأهرام مع القضايا الجارية ، فى الترتيب الأول مناقشة القضايا الجارية بنسبة ٦٦٪ وفى الترتيب الثانى يناقش قضايا غير جارية ٢٨٪ ، وفى الترتيب الثالث جاء كل من يربط بين قضية جارية وأخرى سابقة بنسبة ٨٪ ويتنبئ بأحداث مستقبلية بنسبة ٨٪ أيضا .

(٢) وفى صحيفة الوفد :

جاء ارتباط المقال التحليلى فى الوفد مع القضايا الجارية كالاتى:

فى الترتيب الأول مناقشة القضايا الجارية بنسبة ٥٨٪ وفى الترتيب الثانى مناقشة القضايا غير الجارية بنسبة ٤٢٪ وفى الترتيب الثالث يربط بين قضيةجارية وأخرى

سابقة بنسبة ٦٪ وفي الترتيب الرابع والأخير يتنبئ بأحداث مستقبلية بنسبة ٣٪.

التوصيات :

١- زيادة مساحة المقال التحليلى بما يتفق وأهميته .

٢- ضرورة الأخذ بكافة الأساليب التى تساعد على زيادة الثقة فى الصحيفة باعتبارها الأساس فى الاقناع والتأثير - فالمقال التحليلى - ما هو إلا جزء من الصحيفة والصحيفة المقنعة لا تؤثر بجزء دون الآخر .. ولذلك تعد الثقة فى الصحيفة من أهم مقومات الإقناع والتأثير .

٣- ضرورة الاهتمام بتوفير الخصائص الفنية لتحرير المقال التحليلى من حيث فكرته ومادته وبنائه الفنى وأسس كتابته حيث أنها من العوامل الأساسية فى زيادة فعالية المقال التحليلى.

٤- الاهتمام بالمعالجة الإقناعية المزودة بالأدلة والإحصائيات والشواهد المختلفة التى تساعد المقال التحليلى على تحقيق الإقناع المطلوب .

٥- أن تخصص الصحف صفحات يومية للمقالات التحليلية إلى جانب الصفحات المتخصصة وأن تنشر العديد من المقالات تحت عناوين إشارية ثابتة .

٦- أن تهتم الصحف بمختلف موضوعات المقال التحليلى إلى جانب اهتمامها بالمقال التحليلى السياسى .

٧- الاستعانة بعناصر الاستكمال - لمصاحبة المقال التحليلى حيث أنها تلعب دورا هاما فى توضيح الفكرة ، وفى اشتراكها مع العنوان على تثبيت عين القارئ فترة من الزمن على المقال التحليلى.

٨- العناية بإخراج المقال التحليلى الإخراج المناسب بما يتفق وأهمته .

٩- الاعتماد أكثر على الكتاب من الصحفيين فى كتابة المقال التحليلى ذلك أنهم أقدر من غيرهم فى ممارسة فن الكتابة الصحفية

١٠- من الأهمية أن يفتح الكاتب الحوار مع القراء ومع غيره من الكتاب في خاتمة بعض المقالات بما يثرى الحياة العملية بالمزيد من الآراء والاتجاهات .

١١- الاعتماد أكثر على الأسلوب المنطقي في عرض المقال التحليلي نظرا لطبيعته الجادة .

١٢- الاهتمام بالربط بين القضايا والأحداث والظواهر الجارية بتلك السابقة في سبيل استنتاج أحداث مستقبلية .

١٣ أهمية استحداث مركز للدراسات داخل الهيكل التنظيمي لكل مؤسسة صحفية

١٤- يجدد الباحث الدعوة للمؤسسات الصحفية وللمجلس الاعلى للصحافة ولنقابة الصحفيين للاستفادة من الدراسات والبحوث التي تجرى في مجال الإعلام ، وعقد اللقاءات والندوات لمناقشتها والاستفادة مما جاء فيها .

المقال العمودى

فى الصحافـــة المصرية

دراسة فنية تحليلية

فى الفترة من (١٩٨٥ – ١٩٨٩)

اسم الباحـــث : صابر حارص محمد.

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

الاشــــراف : أ.د/ محمد منير حجاب . دكتوره / سهام نصار

ســـنة المنح : ١٩٩٤ .

مشكلة الدراسة وأهميتها :

يمكن صياغة المشكلة البحثية فى السؤال الآتى :

ما الخصائص العامة والفنية لتحرير المقال العمودى فى الصحافة المصرية خلال الفترة من ١٩٨٥ ، ١٩٨٩ ؟ وما مدى التزامه بهذه الخصائص وفقا للأسس العلمية التى ينبغى أن يلتزم بها ؟ .

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيسى هو :

ما الخصائص العامة والفنية لتحرير المقال العمودى فى الصحافة المصرية خلال فترة الدراسة فى ضوء المحاور التالية :

الأول : على مستوى الأعمدة الصحفية محل الدراسة ككل .

الثاني : على مستوى كل عمود على حدة .

الثالث : على مستوى المقارنة بين الأعمدة أو الكتاب فى كل فئة على حدة .

نوع الدراسة :

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تستهدف جمع البيانات والمعلومات والآراء والارقام حول الجوانب النظرية ، والفنية ، والتحليلية لمضمون العمود ، ثم تصنيف هذه البيانات وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها تحليلا شاملا بهدف استخلاص نتائج ودلالات يمكن أن تؤدى إلى اصدار تعميمات بشأن السمات العامة والفنية التى يتميز بها العمود فى الصحافة المصرية ثم الأسس العلمية التى ينبغى أن يلتزم بها ليؤدى دوره بنجاح .

المناهج المستخدمة :

١– منهج المسح : تعتمد الدراسة بصفة أساسية على منهج المسح الإعلامى (مسح المضمون) لعينة من الأعمدة العامة بصحف الأهرام والأخبار والجمهورية وأخبار اليوم والأحرار والأهالى والوفد فى الفترة من ١٩٨٥ – ١٩٨٩ ، ويستهدف المسح الإعلامى التعرف على خصائص المعالجة الفنية والعامة لتحرير العمود الصحفى .

٢– المنهج المقارن : وتعتمد الدراسة أيضا على المنهج المقارن كمنهج مساعد وذلك بهدف إجراء المقارنات بين الأعمدة فى كل فئة من فئات الدراسة التحليلية والتى تعكس الخصائص العامة والفنية للأعمدة (نوعية الموضوعات ، نوعية المصادر ،

نوعية الأعمدة ، نوعية الوظائف ، نوعية أساليب الاقناع ، نوعية اللغة المستخدمة، نوعية المقدمات ، نوعية النهايات .. وهكذا).

أدوات جمع البيانات :

تعتمد الدراسة على أداتين أساسيتين فى جمع بياناتها العلمية :

١- أداة تحليل المضمون : من خلال استمارة تحليل المضمون ، والتى تستخدم فى إطار منهج المسح الإعلامى بهدف تحليل محتوى الأعمدة الصحفية موضع الدراسة.

٢- أداة المقابلة : واستخدمت فى لقاءات الباحث مع كتاب العمود والصحفيين فى المؤسسات الصحفية المختلفة بهدف الحصول على آرائهم ووجهات نظرهم فى كثير من النقاط التى أثارتها الدراسة النظرية والفنية على وجه الخصوص وكذلك فى تفسير بعض نتائج الدراسة التحليلية .

نتائج الدراسة :

١- تتصدر الموضوعات السياسية أول اهتمامات عينة الدراسة بنسبة ٤٣,١٪ تليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٢٠,٦٪ ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة ١٦,٣٪، ولم تحظ بقية الموضوعات باهتمام كبير ، حيث جاءت الموضوعات الثقافية بنسبة ٤,٨٪ و الموضوعات العامة التى تتضمن أكثر من مجال فى وقت واحد بنسبة ٤,٧٪ ثم الموضوعات الدينية بنسبة ٤,٥٪ ، فالموضوعات الفنية بنسبة ٣,٤٪ ، والموضوعات العسكرية بنسبة ١,٣٪ ،والموضوعات الرياضية بنسبة ١,١٪ ، الموضوعات العلمية بنسبة ٠,٢٪ .

٢- إن الموضوعات الثقافية والدينية والفنية والعسكرية والرياضية والعلمية لا تحظى باهتمام معقول لدى كتاب المقال العمودى العام وقد يرجع هذا الى وجود أعمدة وصحفات متخصصة لهذه النوعية من الموضوعات .

٣- يعتمد المقال العمودى العام فى أفكاره على المصادر الإعلامية فى المقام الأول وذلك بنسبة ٣٦,٣٪ يليها الواقع بنسبة ١٩,٥٪ .

٤- يلتزم المقال العمودى العام باعطاء أولوية لمعالجة القضايا والمشكلات ونقد السلبيات ومتابعة الأحداث الجارية .

٥- يلتزم المقال العمودى العام بمسئوليته نحو الدفاع عن مصالح الجمهور العام بنسبة ٦٦٪ ثم يأتى اهتمامه بمصالح الجماهير النوعية فى مرتبة تالية بنسبة ٤٢,٢٪.

٦- لم يهتم المقال العمودى العام بمصالح العمال والفلاحين رغم أهمية هذه الفئات فى تنمية المجتمع المصرى على وجه الخصوص ، وقد يرجع ذلك الى احساس كاتب المقال العمودى بأمية العامل والفلاح فى القراءة والكتابة مما يدفعه الى استبعاد مخاطبة هذه الفئات فى عموده ، وهو أمر غير منطقى .. إذ لايوجد ارتباط صحيح بين الدفاع عن مصالح فئات بعينها ، وبين ضرورة قراءة هذه الفئات لما يكتب عنها .

٧- يلتزم المقال العمودى العام بشكل أساسى فى بناء مادته على قالب الهرم المعتدل بنسبة ٧٣,١٪ ثم يأتى اعتماده على قالب الهرم المقلوب فى مرحلة تالية بنسبة ١٠,٩٪ ثم بقية القوالب .

٨- يلتزم المقال العمودى العام بالأسلوب العلمى فى اقناع القراء وذلك بنسبة ٨٣,٥٪ بينما يلجأ إلى الأساليب غير العلمية بنسبة ١٣,٧٪ ويمزج بين الأسلوبين بنسبة ٢,٧٪.

٩- لم يهتم المقال العمودى بالنصوص الدينية والأرقام وعرض وجهتى النظر كأدوات اقناعية ضمن الأسلوب العلمى ، حيث لم تهتم معظم أعمدة الدراسة بهذه الأدوات ، رغم أنها الأكثر صدقا ودقة من أدوات الأسلوب العلمى الأخرى (الوقائع ، التسلسل المنطقى) .

١٠- يستخدم المقال العمودى العام فى معظم الأحوال لغة صحيفة خالصة تخلو الى حد كبير من طابع اللغة الأدبية وذلك بنسبة ٩٠,٨٪ بينما يستخدم اللغة التى تجمع

بين الصحيفة الخالصة والأدبية بنسبة ٩,٢٪ منها ٧,٣٪ يغلب عليها الطابع الصحفى أكثر من الطابع الأدبى ، ١,٩٪ يغلب عليها الطابع الأدبى أكثر من الطابع الصحفى .

١١- يستخدم المقال العمودى العام عديدا من المقدمات من أهمها: المقدمة الخبرية بنسبة ٢٨,٤٪ ، مقدمة القضايا و المشكلات بنسبة ١٩,٢٪ ، المقدمة التلخيصية بنسبة ٩,٥٪ ، الاعمدة المنشورة بدون مقدمات بنسبة ٨,١٪.

١٢- يستخدم المقال العمودى العام العديد من الخواتيم من أهمها : الخاتمة التلخيصية بنسبة ٢٢١,١٪ ، الخاتمة الاستحثائية بنسبة ١٣,٩٪ ، الاعمدة التى بدون خاتمة بنسبة ٩٪ ، الخاتمة التأكيدية بنسب ٨,٢٪ ، خاتمة التعجب بنسبة ٧,٣٪ ، الخاتمة الساخنة الهجومية بنسبة ٦,١٪ خاتمة التساؤلات بنسبة ٦٪ ، الخاتمة الساخرة بنسبة ٦٪ .

التوصيات :

توصى الدراسة بضرورة أن يلتزم كاتب المقال العمودى بالأسس العلمية فى تحرير أو كتابة عموده حتى يكون فعالا فى التأثير فى الرأى العام وهذه الأسس هى :

١- ضرورة أن تكون فكرة المقال العمودى متصلة بالقراء ويفضل أن يكون اتصالها اتصالا قويا ومباشرا .

٢- ان يهتم المقال العمودى العام بالموضوعات الثقافية والدينية والعسكرية والعلمية خاصة وأن الجمهور فى المجتمعات النامية بشكل عام لايزال غير مرتبط بالاعمدة المتخصصة التى تهتم بهذه النوعية من الموضوعات .

٣- أن يهتم المقال العمودى العام بالوثائق والتاريخ والدين والمأثورات كمصادر فى الحصول على الأفكار .

٤- ينبغى أن يلتزم كاتب المقال العمودى فى تكوين عناصر مادته بالحقائق أولا ثم المعلومات الصادقة ثانيا .

٥- ينبغى أن يلتزم بالوضوح فى جميع أبعاده - فكرة ولغة وأسلوبا - مع مراعاة ملائمة هذا الوضوح على مستوى القراء المستهدفين .

٦- أن يعتمد على أدوات الأسلوب العلمى فى الاقناع وهى : الوقائع والتسلسل المنطقى والأرقام الصحيحة والنصوص الدينية بتفسيراتها السليمة ، وأن يبتعد كل البعد عن أدوات الأسلوب غير العلمى فى الاقناع وخاصة التحيز والمبالغة والتعميم والخرافات واستثارة العواطف لأهداف غير مشروعة .

٧- ينبغى أن يركز كتاب المقال العمودى والصحافة بشكل عام على النصوص الدينية والأرقام وعرض وجهتى النظر كأدوات اقناعية ضمن الأسلوب العلمى .

٨- توصى الدراسة بضرورة التخلى تماما عن استخدام العامية فى كتابة المقال العمودى .

مطابع الدار الهندسية

هذا الكتاب

هو دراسة لتقديم كافة الرسائل العلمية التى منحها قسم صحافة سوهاج منذ إنشائه وحتى أكتوبر ١٩٩٤ م فى محاولة لمسح هذا الانتاج العلمى لتجنب التكرار ما أمكن وتأكيد النواحى الجدة ولابراز الاتجاهات الرئيسية لتلك الدراسات وتصنيفها وفقاً لطبيعة الدراسة ونوعها ومناهجها ووفقاً لأدوات جمع البيانات وأساليبها ووفقاً لعناصر عملية الأتصال .

وتنبع أهمية هذه الدراسة من حيث كونها تمثل محاولة لمسح الجهود فى مجال إثراء الدراسات الاعلامية والتعرف على ملامح هذه المساهمات وتقويمها ولضرورتها من ناحية أخرى لتطوير سياسة الدراسات العليا فى هذا المجال عند تحديد مجالات البحث التى تحتاج للمزيد من الدراسة والمناهج والأساليب البحثية الملائمة لتحقيق أهداف هذه السياسات .

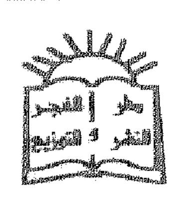
نسأل الله العلى القدير أن يتقبل هذا العمل من الباحثة وأن يوفقنا جميعاً الى ما فيه الخير

والله ولى التوفيق ،،،

الناشر

عبد الحى أحمد فؤاد

دار الفجر للنشر والتوزيع



5 شارع التيسير – نهايه شارع الملك فيصل – الهرم – مصر

تليفون / فاكس 3831972